



L'espace touristique marocain : étude réalisée de 1977 à 1979

Mohamed Berriane

► To cite this version:

Mohamed Berriane. L'espace touristique marocain : étude réalisée de 1977 à 1979. Géographie. Université François Rabelais, Tours, 1979. Français. NNT : . tel-01075113

HAL Id: tel-01075113

<https://theses.hal.science/tel-01075113>

Submitted on 16 Oct 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives| 4.0 International License

Mohamed BERRIANE



L'ESPACE TOURISTIQUE MAROCAIN

FASCICULE DE RECHERCHES

N° 7

**URBANISATION, RESEAUX URBAINS, REGIONALISATION
AU MAGHREB**

1980

SOMMAIRE

AVANT-PROPOS

INTRODUCTION

PREMIERE PARTIE: LE FAIT TOURISTIQUE AU MAROC: ORIGINALITE ET EVOLUTION

CHAPITRE I - Les facteurs internes du tourisme international au Maroc

1 - Une occasion touristique d'élite: celle de la Tunisie

A - Un pôle d'attraction en vogue: le littoral

B - Le littoral: un espace à l'attrait des touristes étrangers

C - Le littoral: un espace à l'attrait des touristes marocains

Conclusion

2 - L'intérieur: un espace à l'attrait des touristes étrangers

L'ESPACE TOURISTIQUE

1 - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes étrangers

A - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes étrangers

B - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes marocains

C - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes étrangers

D - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes marocains

E - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes étrangers

F - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes marocains

G - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes étrangers

H - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes marocains

I - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes étrangers

J - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes marocains

K - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes étrangers

L - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes marocains

M - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes étrangers

N - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes marocains

O - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes étrangers

P - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes marocains

Q - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes étrangers

R - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes marocains

S - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes étrangers

T - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes marocains

U - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes étrangers

V - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes marocains

W - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes étrangers

X - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes marocains

Y - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes étrangers

Z - L'espace touristique: un espace à l'attrait des touristes marocains

UNIVERSITE MOHAMMED V
BIBLIOTHEQUE DE LA FACULTE DES LETTRES

N° aff. 63469

N° int. 231.589/4

date de réception 14-10-1981

Cartographie

- Maquettes dressées à l'Atelier de Cartographie de la Faculté des Lettres et Sciences Humaines, Université Mohamed V, Rabat (M. BERRIANE)
- Cartographie définitive : F. DEMONS (E.R.A. 706 - Tours)

Photocomposition et mise en page

- Chr. PETITFRÈRE (Tours)
- F.DEMONS (E.R.A. 706 - Tours)
- Chr. PINEAU (Tours)

Numéro réalisé à l'Atelier de Cartographie de l'Université de Tours

Impression

- Textes et figures : Imprimerie de l'Université de Tours
- Couverture : Imprimerie Martineau (Poitiers)

L'ESPACE TOURISTIQUE MAROCAIN

- Etude réalisée de 1977 à 1979 -

par

Mohamed BERRIANE

FASCICULE DE RECHERCHES N° 7

Publié avec l'aide du C.N.R.S., du Centre interuniversitaire d'études méditerranéennes (Poitiers)
et du Conseil Scientifique de l'Université de Tours

SOMMAIRE

AVANT - PROPOS	1
INTRODUCTION	2
PREMIÈRE PARTIE: LE FAIT TOURISTIQUE AU MAROC: ORIGINALITÉ ET ÉVOLUTION	5
CHAPITRE I - Les facteurs internes du tourisme international au Maroc	6
I - Une «vocation touristique» différente de celle de la Tunisie	6
A - Un pôle d'attraction en vogue: le littoral	7
1) - Le littoral atlantique: le secteur le plus avantage est limité à la baie d'Agadir	7
2) - Le littoral méditerranéen et le détroit de Gibraltar: des attraits naturels à nuancer	14
Conclusion	17
B - L'intérieur: des limites climatiques mais d'importantes potentialités naturelles et humaines	17
1) - Des limites climatiques peu contraignantes	17
2) - Des centres d'intérêts diversifiés	18
II - La volonté de l'Etat de miser sur le tourisme comme moyen de développement	19
A - Le tourisme étranger au Maroc jusqu'aux années 60	19
B - Le tournant du plan triennal 1965-1967	20
1) - L'Etat en tant qu'investisseur	20
2) - Les incitations aux investisseurs privés	22
3) - L'accent est mis sur le tourisme balnéaire	23
Conclusion	24
CHAPITRE II - Les facteurs externes du tourisme international au Maroc	25
I - Un afflux croissant de touristes surtout européens	25
A - Un afflux croissant mais irrégulier	25
1) - Un boom touristique	25
2) - Un accroissement en dents de scie	25
3) - Une irrégularité non maîtrisée et dépendante de la conjoncture nationale ou internationale	27
B - La prédominance de quelques nationalités	28
1) - Un monopole européen	28
2) - Une majorité de catégories à revenu moyen et de jeunes	33
C - Des touristes acheminés de plus en plus par voie aérienne	36
1) - Evolution de la part des trois voies d'accès	36
2) - Le développement des vols non réguliers et des vols charters	38
3) - Une spécialisation des portes d'entrées	40
D - Un tourisme d'été prédominant	43
1) - Une prédominance de la fréquentation estivale au niveau national	43
2) - De fortes nuances au niveau régional	45
II - Une emprise de plus en plus grande des «tour operator»	45
A - La part du voyage organisé est difficile à saisir à travers les statistiques	45
1) - Définition et problèmes d'approche	45
2) - La part des voyages organisés peut être estimée à plus de 50 %	48
B - La place du Maroc chez les organisateurs de voyages à travers les catalogues publicitaires	50
1) - Une place encore faible mais un intérêt grandissant	50
2) - La part des deux types de tourisms pratiqués	51
C - L'image du Maroc à travers les catalogues publicitaires	52
1) - L'invitation à la connaissance du pays et de ses habitants est réduite, et cette connaissance est schématique	52
2) - Le principal attrait offert se limite à la «coquille hôtelière» qui est souvent au bord de la mer	55
CONCLUSIONS	58

DEUXIÈME PARTIE: DES ESPACES TOURISTIQUES PARCOURUS ET DES ESPACES TOURISTIQUES OCCUPÉS	60
CHAPITRE I: Un élément marquant du paysage: l'hébergement	62
I - Une structure dépendante des impératifs commerciaux des «tour operator» et des motivations de la clientèle	63
A - La prédominance des catégories de luxe	63
1) - L'évolution de la structure hôtelière entre 1964 et 1977	65
2) - Les différents types d'hébergement	67
B - Des établissements hôteliers de plus en plus grands	69
II - Une répartition de plus en plus concentrée dans certaines régions du littoral	69
A - L'évolution de la répartition géographique de 1964 à nos jours	69
1) - La situation en 1964	70
2) - La situation actuelle	71
B - Les régions et centres d'accueil du littoral	71
1) - Les régions peu équipées	74
2) - Les régions et les centres fortement équipés	75
Conclusion	78
CHAPITRE II - Un espace à la fois parcouru et occupé	78
A - Un tourisme diffus où prédominent quelques itinéraires privilégiés	78
1) - Les types de circuits	80
2) - La fréquence des circuits	83
3) - Les villes-étapes	85
B - Les caractéristiques des espaces touchés par le tourisme de circuits	86
1) - Une fréquentation annuelle mieux étalée et une implantation diffuse	92
2) - Un impact socio-économique limité	100
II - L'espace occupé	100
A - Une concentration et une densification de l'espace	100
1) - La prédominance du tourisme de séjour balnéaire	100
2) - Agadir s'impose comme principale station de séjour	101
B) - Quelques données sur les caractéristiques des espaces nés du tourisme de séjour	102
1) - Une fréquentation touristique qui varie d'une station à l'autre	106
2) - Les implantations touristiques différent, par leur structure et leur localisation, des implantations dues au tourisme itinérant	106
CONCLUSION	106
TROISIÈME PARTIE: DEUX TYPES D'ESPACES TOURISTIQUES MAROCAINS:	108
LA CÔTE MÉDITERRANÉENNE ET AGADIR	110
CHAPITRE I - La naissance des espaces touristiques: des aménagements volontaires	110
I - La côte méditerranéenne: l'aménagement volontaire d'un pays vide	110
A - Les limites des attraits de la mer et du soleil: le «mythe de la méditerranée»	110
1) - Les sites	111
2) - les données climatiques	111
B - L'emprise directe des «tour operator» et des motivations touristiques	113
C - L'intervention directe de l'Etat	113
1) - Le tourisme comme moyen de développement	113
2) - Des efforts considérables des Pouvoirs Publics	114
II - Agadir: un plan de reconstruction donnant priorité au secteur touristique	114
A - Une station aux quatre saisons	114
1) - Un site balnéaire unique sur le littoral atlantique marocain	115
2) - Les données climatiques	115
B - Le Plan d'Aménagement de 1962 donne une priorité à l'activité touristique	115
1) - Avant le séisme, l'activité touristique était déjà présente	115
2) - Avec le Plan d'Aménagement de 1962, le tourisme devient une des activités principales	116

3) - Presque la moitié des lits est contrôlée par le capital local	116
C) - Une station qui répond aux motivations de la clientèle européenne et aux impératifs commerciaux des «tour operator»	117
Conclusion	118
CHAPITRE II - L'organisation des espaces touristiques: un révélateur de l'influence du tourisme international et de ses agents: les «tour operator»	120
I - La côte méditerranéenne: une emprise quasi totale des centres de décision extérieurs	120
A) - Les établissements touristiques	120
1) - Les types d'hébergement et de gestion: la prédominance de la formule du village de vacances	122
2) - La taille moyenne des établissements: des unités de grande dimension	125
B - L'organisation de l'espace	125
1) - Une implantation ponctuelle et linéaire	128
2) - Une certaine réussite architecturale	129
II - Agadir: une ville scindée en deux	129
A - Les établissements touristiques	129
1) - La structure de l'hébergement: une originalité qui est en voie de disparaître	131
2) - La taille moyenne des établissements	131
B) - L'organisation spatiale	131
1) - Les implantations touristiques sont concentrées dans le secteur touristique et balnéaire	133
2) - L'organisation spatiale du «secteur touristique et balnéaire»	134
3) - L'organisation spatiale de la ville: une ville coupée de la mer	137
Conclusion	139
CHAPITRE III - Le fonctionnement des espaces touristiques: une faible intégration à l'environnement	139
I - La côte méditerranéenne: un espace touristique non intégré	139
A - Un espace de moins en moins fréquenté par le tourisme international	139
1) - Une fréquentation européenne en baisse, relayée par la clientèle interne	140
2) - Un espace qui fonctionne quatre mois sur douze	142
B - Un espace fonctionnant en vase clos et peu intégré à la région	142
1) - Des stations touristiques qui vivent renfermées sur elles-mêmes	143
2) - Un espace peu intégré à la région	148
II - Agadir: un net effet d'entraînement	148
A - Une station qui connaît un vif succès en Europe	148
1) - La fréquentation d'Agadir illustre les nouvelles tendances du mouvement touristique international vers le Maroc	149
2) - Une station fréquentée toute l'année	149
B - Les effets du tourisme international sur les activités locales	151
1) - L'espace touristique vit refermé sur lui-même	151
2) - Les emplois induits par l'activité touristique	153
3) - Le ravitaillement des établissements touristiques	155
4) - Les dépenses des touristes	156
5) - Le problème foncier et le problème de l'eau	157
CONCLUSION	159
CONCLUSION GÉNÉRALE	162
BIBLIOGRAPHIE	167
LISTE DES TABLEAUX	169
LISTE DES FIGURES	169

AVANT - PROPOS

En publiant la thèse de 3^e cycle de Mohamed BERRIANE, soutenue à Tours en décembre 1979, l'E.R.A. 706 a tenu à présenter le bilan de l'une des formes d'urbanisation les plus agressives qui soient, celle qu'entraîne le tourisme de masse - cette forme du déversement citadin qui banalise les littoraux méditerranéens ...

Le Maroc offre en la matière un terrain de recherche privilégié car il connaît aussi cette autre forme du tourisme qu'est le tourisme itinérant - le seul pratiqué pendant longtemps au Maroc - et le mérite de M. BERRIANE aura été, en comparant les deux formes de tourisme, de démontrer que le tourisme itinérant, aujourd'hui statistiquement estompé par le tourisme balnéaire, a des retombées économiques autrement importantes. Quant au tourisme de masse, il est analysé sous l'angle du fonctionnement de ces espaces touristiques que sont le littoral méditerranéen et l'imposant complexe d'Agadir ; les géographes seront particulièrement sensibles à la démonstration de M. BERRIANE : le tourisme n'est pas forcément un facteur d'entraînement - le «moteur» sur lequel

comptent les responsables de la planification - pour une région en difficulté, et la géographie a encore son mot à dire face à l'énorme pouvoir d'homogénéisation que possèdent les «tour-operator» ...

Enfin - et ce n'est pas le moindre des mérites de cette thèse - M. BERRIANE a su largement dépasser le stade des comptages (flux, capacité hôtelière, nuitées ...) pour aborder l'impact du tourisme sous ses formes les plus subtiles, voire les plus insidieuses : le lecteur appréciera ces lignes écrites sur l'image que donnent de la réalité marocaine les catalogues des agences de voyage, ou encore ce tableau de la «bazarisation» des médinas - du moins de leurs principaux accès, ceux qu'empruntent les flots de touristes déversés des cars... C'est dire que la rigueur de l'analyse comporte une touche personnelle qui donne à cet ouvrage une note particulièrement attachante : en bref une géographie pleinement humaine, et une contribution de qualité à l'étude des facteurs d'urbanisation et de régionalisation au Maghreb, qui est au cœur des préoccupations de l'E.R.A. 706.

pour l'E.R.A. 706

Jean BISSON.

Toutefois la place du secteur touristique au niveau national est très importante et sa mesure à la part de plus en plus grande qu'il tient dans la vie écon-

Aussi est-il temps de s'interroger sur l'impact et les répercussions spatiales de ce tourisme international qui entraîne le Maroc sous sa forme moderne depuis 15 ans.

(1) D'après les statistiques du Ministère du Tourisme

(2) D'après les données du Ministère du Tourisme, Rabat 1975. (Les chiffres sont rapportés à l'année 1973)

Cette interrogation se décompose en 3 volets. Nous commencerons par analyser les caractéristiques du tourisme international tel qu'il est pratiqué au Maroc, en insistant sur la part respective des facteurs internes et externes. Cette description qui débouche sur les styles de tourisme pratiqués au Maroc n'est pas une fin en soi, mais un moyen pour appréhender les types

d'espaces qui découlent de ces styles de tourisme. Cette initiative fait l'objet de la dernière partie qui aborde les projections spatiales du tourisme de façon globale et au niveau de tout le Maroc. Enfin, dans le troisième volet, on s'attachera à une description régionale en analysant deux exemples d'espaces touristiques marocains.

INTRODUCTION

* En 1977 le nombre de touristes a été de 1 077 000 (N. d. L.R.)
 ** La devise = 1.107 F (N. d. L.R.)

Tenté par le miracle du tourisme espagnol et appartenant au pourtour méditerranéen qui s'est imposé comme une zone de réception touristique grâce à ses attraits naturels et humains, et grâce à la proximité de l'une des principales zones d'émission de touristes qu'est l'Europe, le Maroc a misé depuis le plan triennal 1965-1967 sur le tourisme international comme moyen de développement.

Bien que tardive, l'entrée du Maroc sur le marché international a été soudaine et brutale. Les 150 000 visiteurs de 1961 ont été multipliés par 9 en 11 ans pour atteindre en 1973 le record de 1 373 000 touristes, chiffre comprenant les touristes de «séjour» (1 226 000) et les croisiéristes (147 000) (1). En dépit des fluctuations fréquentes et de la baisse sensible de ces dernières années, la reprise a été effective en 1977 (1 062 000 vacanciers) et en 1978 (1 112 000).*

L'apparition récente du Maroc sur ce marché explique la part encore minime qui lui revient dans le tourisme mondial : moins de 1 % du mouvement touristique mondial le touche. Quant à sa place dans le tourisme méditerranéen, elle reste aussi relativement faible, comparée aux deux géants du loisir industrialisé, l'Espagne et l'Italie. En effet, si le Maroc occupe le premier rang des pays maghrébins et africains, il est encore loin de pouvoir concurrencer quelques-uns des pays de la Méditerranée les plus en avance, en recevant 1,3 % seulement des touristes venus en Méditerranée, 3,9 % des nuitées et 0,3 % des apports en devises (2) (fig. 1).

Néanmoins la place du secteur touristique au niveau national est très importante et se mesure à la part de plus en plus grande qu'il tient dans la vie écono-

mique du pays. D'après une note d'orientation pour la préparation du plan 1978-1982, le tourisme représente 8 % de la production nationale brute, 20 % des exportations et arrive au 3^e rang pour les entrées de devises après le phosphate et les transferts des travailleurs émigrés en Europe. La place qu'il a occupée dans les plans successifs et le volume des investissements (280 millions de Dh** pour les 4 premières années du dernier plan) dans l'hôtellerie démontrent la volonté de l'Etat d'en faire un secteur prioritaire pour le développement du pays.

Cette importance grandissante du tourisme international dans la vie économique et sociale du pays qui se traduit par un flux croissant des entrées, une mobilisation de crédits énormes et une intervention directe et indirecte de l'Etat, ne va pas manquer de marquer le pays et les hommes ne serait-ce que par la mise en place de toute une capacité hôtelière presque insignifiante vers 1960. Et c'est dans ce sens que l'étude des aspects géographiques du tourisme peut être intéressante. Des observations qui ont été faites ailleurs ont démontré que le tourisme peut devenir l'un des éléments principaux - et parfois l'unique - de l'organisation spatiale, aussi bien au niveau de l'espace urbain que rural. Le phénomène peut apparaître de façon plus nette et parfois caricaturale dans les pays en voie de développement, en raison de la juxtaposition, parfois même de la surimposition, d'un système moderne à la richesse provocante - le tourisme - à une économie et à un paysage traditionnels à la pauvreté criante.

Aussi est-il temps de s'interroger sur l'impact et les répercussions spatiales de ce tourisme international qui intéresse le Maroc sous sa forme moderne depuis 15 ans.

(1) D'après les statistiques du Ministère du Tourisme

(2) D'après les données du Masterplan Touristique, Rabat 1975. (Les chiffres se rapportent à l'année 1973)

Cette interrogation se décompose en 3 volets. Nous commencerons par analyser les caractéristiques du tourisme international tel qu'il est pratiqué au Maroc, en insistant sur la part respective des facteurs internes et externes. Cette description qui débouche sur les styles de tourisme pratiqués au Maroc n'est pas une fin en soi, mais un moyen pour appréhender les types

d'espaces qui découlent de ces styles de tourisme. Cette tentative fait l'objet de la dernière partie qui aborde les projections spatiales du tourisme de façon globale et au niveau de tout le Maroc. Enfin, dans le troisième volet, on s'attachera à une description régionale en analysant deux exemples d'espaces touristiques marocains.

- * En 1979 le nombre de touristes a été de 1 079 000 (N. d. l. R.)
- ** Un dirham = 1,10 F.F (N. d. l. R.)

Fig.1 - Le tourisme en Méditerranée occidentale

occidentale

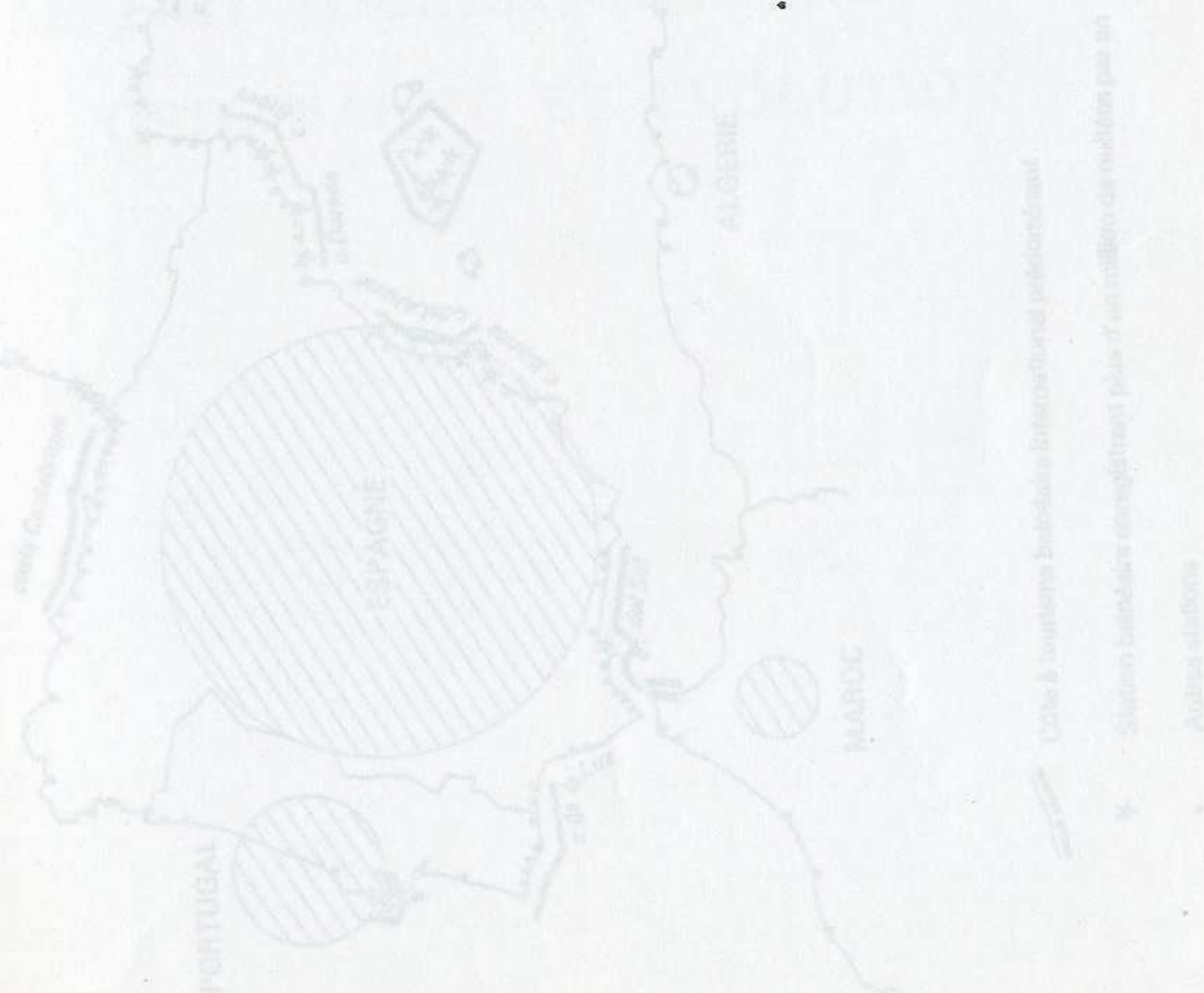
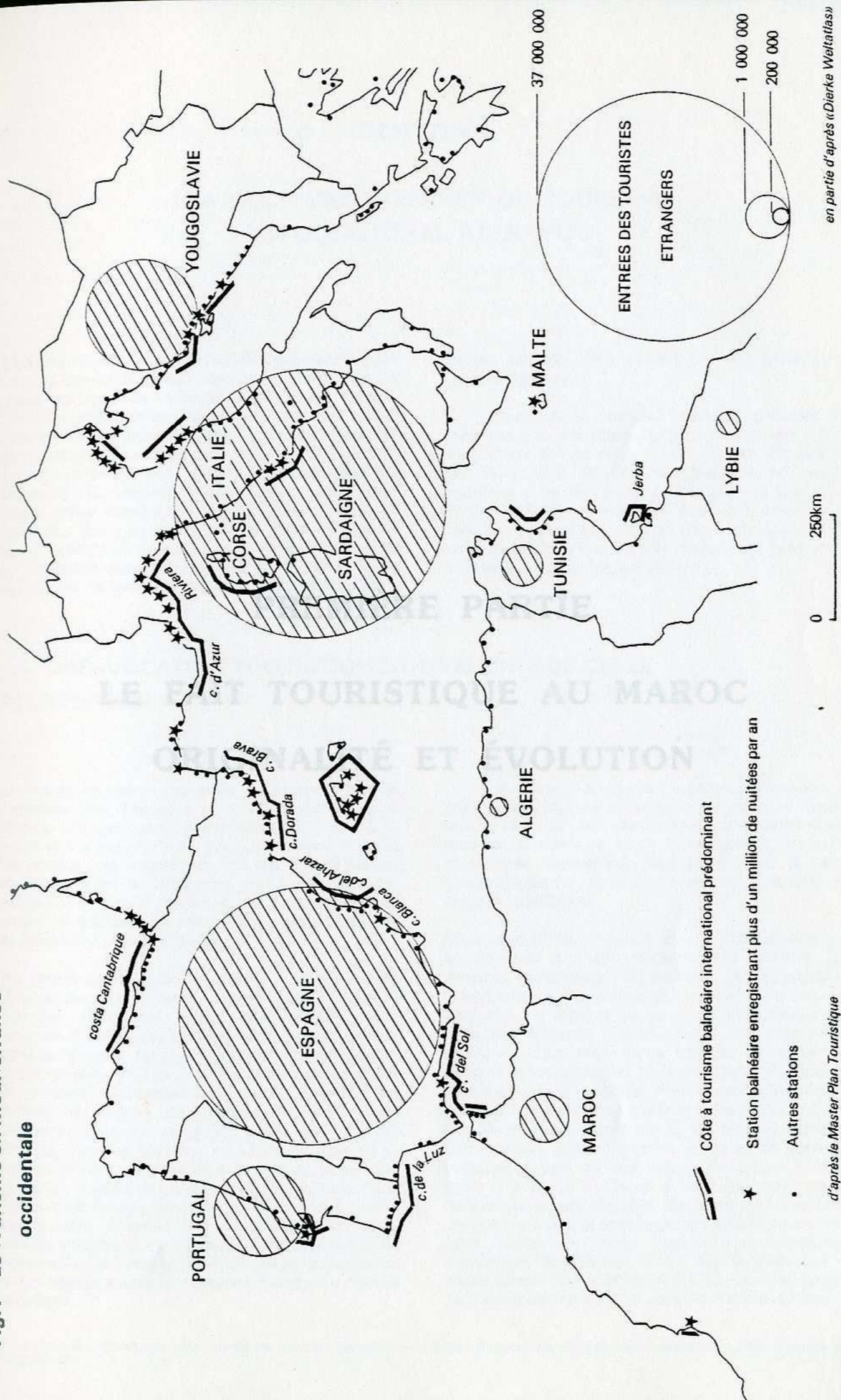


Fig.1 - Le tourisme en Méditerranée occidentale



CHAPITRE I

LES FACTEURS INTERNES DU TOURISME
INTERNATIONAL AU MAROC

L'examen des facteurs internes du tourisme marocain est en évidence un certain nombre de divergences par rapport au type de tourisme pratiqué en Tunisie. Elles concernent tout d'abord sa «vocation touristique» qui diffère de celle de son voisin maghrébin. En effet, grâce à la variété des paysages et des sites (montagnes, forêts, mer, désert) à la distribution aux quatre coins du pays de centres d'intérêt historique et culturel (villes impériales, oasis, ksour ...) et à un climat plus doux et moins pénible qu'en Tunisie, le Maroc bénéficie de potentialités naturelles et humaines très variées et mieux réparties. Cela devait impliquer des types de tourisme variés.

Tunisie où l'on offre surtout un seul produit : le tourisme balnéaire.

Cependant, le tourisme marocain présente des analogies avec le tourisme tunisien, notamment la forte intervention des pouvoirs publics qui ont décidé dans ces deux pays de faire du tourisme un secteur prioritaire et un moyen de développement plus qu'un simple auxiliaire économique destiné à équilibrer la balance commerciale. Ceci se traduit par des investissements publics, des aides et subventions pour attirer les investisseurs du secteur privé.

PREMIÈRE PARTIE

LE FAIT TOURISTIQUE AU MAROC
ORIGINALITÉ ET ÉVOLUTION

Le Maroc en tant que pays touristique doit sa renommée tout d'abord à ses centres historiques et culturels dispersés aux quatre coins du pays, à la variété et à la beauté de ses paysages et sites, mais aussi en plus à sa vocation en tant que lieu de séjours sains. Ceci le différencie de la Tunisie qui, souffrant d'un climat pénible dans l'intérieur, connaît surtout un tourisme de séjour sur la côte, avec une élargissement du pays très limitée.

Mais l'étude de cette vocation, qu'on a pris l'habitude d'illustrer en faisant appel surtout à des conditions climatiques «favorables», doit être enrichie avec d'autres données. En effet, des facteurs naturels et des milieux sociaux redoutés comme l'insolation et les températures excessives sont de nos jours recherchés comme des produits touristiques de première qualité. Les agences de voyage, dans leur quête de produits nouveaux, peuvent récupérer pour leur publicité certaines données négatives de tel ou tel pays en se flattant de vendre l'inconfort et l'aventure. Aussi, plus que les inconvénients ou les avantages naturels d'une région, c'est l'image que se font les touristes potentiels de cette région et que véhiculent les organisateurs de voyages et qu'adoptent en fin de compte les responsables de l'aménagement du pays lui-même qui peut expliquer parfois la naissance d'une zone d'appel touristique.

Il s'agit donc, d'analyser certains éléments de géographie physique et humaine qui touchent directement le tourisme, non pas pour justifier a posteriori une situation existante, à savoir la localisation des zones touristiques marocaines, mais pour poser le cadre géographique sur lequel sont venus se superposer ces espaces touristiques.

Dans cette étude, ne seront pas en considération que les éléments touchant directement le tourisme. Ces données climatiques par exemple, on retiendra les températures, l'insolation et les précipitations sur lesquelles on dispose de sérieuses informations (3). Mais ces éléments seront utilisés en fonction du tourisme. C'est ainsi qu'on utilisera les moyennes maximales et les moyennes minimales des températures en tant que facteurs limitatifs. Pour les précipitations, on écartera l'intensité, les variations et les usages qui sont des paramètres influant sur la vie agricole, pour ne tenir compte que du nombre de jours de pluie par mois, et au sein du mois même, des pluies tombant entre 6 h et 18 h. Quant à la durée moyenne de l'insolation et les régimes mensuels de l'insolation continue et nulle, ils sont largement utilisés pour cerner cette notion de «beau temps» que recherchent promoteurs et touristes. Il est bien évident que ce «beau temps» du touriste est loin d'être le «beau temps» du paysan surtout dans un pays sec comme le Maroc.

(3) Les données climatiques sont d'après les planches climatiques de l'Atlas National des Potentialités Touristiques (1960), dressées par DELAENY.

A - Un pôle d'attraction en vogue: CHAPITRE I

LES FACTEURS INTERNES DU TOURISME INTERNATIONAL AU MAROC

L'examen des facteurs internes du tourisme marocain met en évidence un certain nombre de divergences par rapport au type de tourisme pratiqué en Tunisie. Celles-ci concernent tout d'abord sa «vocation touristique» qui diffère de celle de son voisin maghrébin. En effet, grâce à la variété des paysages et des sites (montagnes, forêts, mer, désert) à la distribution aux quatre coins du pays de centres d'intérêt historique et culturel (villes «impériales», oasis, ksour ...) et à un climat plus doux et moins pénible qu'en Tunisie, le Maroc bénéficie de potentialités naturelles et humaines plus variées et mieux réparties. Cela devrait impliquer «des types de tourisme variés» contrairement à la

Tunisie où l'on offre surtout un seul produit : le tourisme balnéaire.

Cependant, le tourisme marocain présente des analogies avec le tourisme tunisien, notamment la forte intervention des pouvoirs publics qui ont décidé dans ces deux pays de faire du tourisme un secteur prioritaire et un moyen de développement plus qu'un simple auxiliaire économique destiné à équilibrer la balance commerciale. Ceci se traduit par des investissements publics, des aides et subventions pour attirer les investisseurs du secteur privé.

I - UNE «VOCATION TOURISTIQUE» DIFFÉRENTE DE CELLE DE LA TUNISIE

Le Maroc en tant que pays touristique doit sa renommée tout d'abord à ses centres historiques et culturels dispersés aux quatre coins du pays, à la variété et à la beauté de ses paysages et sites, mais de plus en plus à sa vocation en tant que lieu de séjours balnéaires. Ceci le différencie de la Tunisie qui, souffrant d'un climat pénible dans l'intérieur, connaît surtout un tourisme de séjour sur la côte, avec une pénétration du pays très limitée.

Mais l'étude de cette vocation, qu'on a pris l'habitude d'illustrer en faisant appel surtout à des conditions naturelles «favorables», doit être abordée avec prudence. En effet, des facteurs naturels et des milieux autrefois redoutés comme l'insolation et les températures excessives sont de nos jours recherchés comme des produits touristiques de première qualité. Les agences de voyage, dans leur quête de produits nouveaux, peuvent récupérer pour leur publicité certaines données négatives de tel ou tel pays en se félicitant de vendre l'inconfort et l'aventure. Aussi, plus que les inconvénients ou les avantages naturels d'une région, c'est l'image que se font les touristes potentiels de cette région et que véhiculent les organisateurs de voyages et qu'adoptent en fin de compte les responsables de l'aménagement du pays lui-même qui peut expliquer parfois la naissance d'une zone d'appel touristique.

Il s'agit donc, d'analyser certains éléments de géographie physique et humaine qui touchent directement le tourisme, non pas pour justifier a posteriori une situation existante, à savoir la localisation des zones touristiques marocaines, mais pour poser le cadre géographique sur lequel sont venus se surimposer ces espaces touristiques.

Dans cette étude, ne seront pris en considération que les éléments touchant directement le tourisme. Des données climatiques par exemple, on retiendra les températures, l'insolation et les précipitations sur lesquelles on dispose de sérieuses informations (3). Mais ces éléments seront utilisés en fonction du tourisme. C'est ainsi qu'on utilisera les moyennes maxima et les moyennes minima des températures en tant que facteurs limitatifs. Pour les précipitations, on écartera l'intensité, les variations et les totaux qui sont des paramètres influant sur la vie agricole, pour ne tenir compte que du nombre de jours de pluie par mois, et au sein du jour même, des pluies tombant entre 6 h et 18 h. Quant à la durée moyenne de l'insolation et les régimes mensuels de l'insolation continue et nulle, ils sont largement utilisés pour cerner cette notion de «beau temps» que recherchent promoteurs et touristes. Il est bien évident que ce «beau temps» du touriste est loin d'être le «beau temps» du paysan surtout dans un pays sec comme le Maroc.

(3) Les données climatiques sont d'après les planches climatiques de l'Atlas National des Potentialités Touristiques (inédit), dressées par H. DELANNOY

A - Un pôle d'attraction en vogue: le littoral

Les disponibilités du Maroc en côtes sont pleinement utilisées par le discours des publicités touristiques. Officiellement le tourisme balnéaire a bénéficié de nombreuses mesures d'aide. Aussi faut-il s'interroger sur la réalité touristique des «2 000 km de littoral» que bradent les brochures publicitaires.

Substratum structural et évolution géomorphologique quaternaire ont collaboré pour fixer le tracé définitif de ce littoral qui de ce fait est très varié. Vu sa position en latitude, il mord à la fois sur le domaine méditerranéen et le domaine intertropical, et se trouve ainsi touché par les deux influences. De ce fait, nuances climatiques et paysages végétaux s'ajoutant aux conditions hydrologiques de la Méditerranée et de l'Océan, concourent à individualiser les différentes côtes. Trois secteurs de côtes peuvent être délimités.

- Alors qu'elle bénéficie d'une mer chaude et calme et de conditions climatiques favorables mais surtout à l'Est, la **côte méditerranéenne** souffre d'handicaps sérieux dus au relief accidenté et à des terrains peu

stables.

-Au nord de la baie d'Agadir, la côte atlantique est moins gênée par le relief continental mais la morphologie littorale et la houle parfois violente peuvent éliminer toute activité touristique dans certains secteurs.

-Au Sud de la baie d'Agadir, la côte en majorité basse est gênée par une forte et permanente houle, une fraîcheur soutenue des eaux à cause des courants marins et de l'influence des alizés. Il faudrait ajouter à cela la rareté de l'eau douce, l'aridité du climat et l'insuffisance de la desserte en voies de communications.

-La baie d'Agadir réunit toutes les conditions favorables : littoral bas et sableux, eaux calmes et tièdes, climat doux.

Dans la description qui suit, la Baie d'Agadir et la côte méditerranéenne qui font l'objet de la troisième partie seront brièvement présentées (4).

1) - Le littoral atlantique: Le secteur le plus avantage est limité à la baie d'Agadir

a) Quelques données climatiques :

La figure 8 fait apparaître la frange littorale où les conditions climatiques semblent les plus favorables. En partant des données disponibles, on a considéré la courbe moyenne du minimum 8° pour le mois de janvier et la courbe moyenne du maximum de 32° pour le mois de juillet pour isoler les zones à hiver doux d'un côté et les zones aux fortes chaleurs de l'autre côté. Il apparaît qu'une bonne partie du littoral atlantique, sous l'influence adoucissante de l'Océan, connaît sur quelques kilomètres de largeur des hivers doux où la moyenne des minima ne descend pas sous 8° en janvier. Cette mince zone ne disparaît qu'au Nord entre Rabat et Larache et au Centre à la latitude d'El Jadida, et s'élargit amplement au Sud à partir de la baie d'Agadir. En été, la frange littorale qui échappe aux fortes chaleurs estivales puisque la moyenne des maxima de juillet n'y dépasse pas 32° , s'élargit vers l'intérieur avec une interruption à partir d'Essaouira et le long du secteur côtier de l'Atlas.

La durée moyenne de l'insolation annuelle varie, elle, de façon plus nette du Sud au Nord avec une inversion de part et d'autre de la côte moyenne-atlantique. En effet, alors que le littoral nord, de Tanger aux environs de Safi, connaît une durée d'insolation annuelle comprise entre 2 750 et 3 000 heures, - avec un petit golfe de moins de 2 750 h le long de la côte du Rharb -, le littoral moyen-atlantique voit cette durée augmenter jusqu'à 3 250 h, pour redescendre après la baie d'Agadir et atteindre les valeurs les plus basses du

littoral face à Tarfaya ($-2\ 500$ h). Si une forte insolation peut être insupportable dans l'intérieur, elle ne gêne point sur le littoral et peut être l'un des atouts majeurs qui accompagne la mer. Aussi, la côte Sud-atlantique se trouve-t-elle handicapée par un ciel constamment couvert, alors qu'Agadir bénéficie des plus fortes durées d'insolation.

Enfin la fréquence des types de temps perturbés d'hiver sur le nord du pays fait du secteur côtier qui s'étend du Cap Spartel à El Jadida, un littoral assez humide et relativement venté en hiver. C'est au nord de Casablanca que le nombre de jours par an recevant des précipitations entre 6 h et 18 h dépasse 50 jours et peut atteindre 66 jours à Tanger. Mais ces jours de pluies sont concentrés en hiver et au printemps alors que l'été est assez sec (fig. 6). Des vents violents balaient la côte entre Larache et Tanger et deviennent soutenus à la faveur de l'effet de couloir que constitue le détroit.

A partir d'El Jadida et vers le Sud, le nombre des jours de précipitations diminue pour arriver à moins de 20 jours sur le littoral d'Agadir, mais l'influence des alizés et des courants marins froids se fait sentir entraînant des nuages qui s'épaississent vers la côte de Tarfaya, réduisant comme on l'a vu l'insolation.

b - Les caractéristiques des eaux marines.

C'est de part et d'autre d'El Jadida aussi qu'on observe une modification des températures des eaux côtières. Ces températures sont en général plus basses que celles des côtes méditerranéennes, mais la fraîcheur ne

(4) La description de la morphologie côtière, ainsi que les données sur les températures des eaux côtières sont d'après A. ANDRÉ: Notice de la planche «mers et côtes», Atlas National des Potentialités Touristiques.

devient très sensible qu'à partir d'El Jadida.

	Casablanca	El Jadida	Oualidia	Safi	Sebta
Juin	20°4	19°1	18°4	17°9	18°
Juillet	22°4	19°2	18°8	16°7	19°
Août	21°2	22°1	18°5	17°5	21°

Tableau 1 - Températures des eaux côtières de quelques stations pendant les mois d'été.

D'après A. ANDRÉ

Il apparaît évident que les températures des eaux côtières de l'Océan sont encore élevées au Nord, s'approchant même de celles de certains sites méditerranéens. Elles ne s'abaissent que lorsqu'on descend vers le Sud, et ce à cause de l'influence du courant des Canaries qui s'approche de la côte. En effet, cette transgression Nord/Sud déplace des eaux superficielles froides vers le Sud. Cette baisse de la température, si elle rend les eaux poissonneuses, ne favorise en rien l'installation de stations balnéaires.

Un autre facteur contribue à abaisser la température des eaux de l'Océan. Il s'agit de la houle persistante qui, entraînant un brassage constant de l'eau, ramène à la surface des eaux plus fraîches. Cette houle est quasi générale sur le littoral atlantique, gênant par là certains sites favorables comme entre Larache et Tanger. Mais c'est sur le littoral Sud qu'elle devient violente et permanente atteignant sa force maximale en face de Tarfaya. N'échappent à son déferlement que les quelques lagunes du sillon interdunaire (Oualidia), les criques de la côte Sud de Rabat, et surtout la baie d'Agadir abritée par le Cap Rhir qui brise la houle et réalise ainsi une étendue d'eaux calmes.

c) Les sites balnéaires.

La morphologie côtière se caractérise par de grandes plages de sable au Nord, auxquelles succèdent des falaises vives assez hautes. Au sud de Rabat, la mer, ayant ennoyé le dernier sillon interdunaire a créé des lagunes abritées. Après le paysage pittoresque de l'ouija et la baie abritée d'Agadir, le littoral se continue par des falaises qui, se doublant de dunes, rendent l'accès aux plages difficile.

-Du Cap Spartel (Tanger) au Bou Regreg (Rabat).

Du Cap Spartel au Rharb s'étendent de longues plages de sable bordées vers l'intérieur par des cordons de dunes vives portant des tamaris et interrompues par endroits par des falaises vives. Ces plages sont peu hospitalières soit à cause de vents violents soit à cause de la houle et de la température relativement basse des eaux superficielles. Quelques petits ensembles urbains comme Asilah méritent d'être cités. La côte du Rharb se termine par un cordon dunaire consolidé et tronqué

par une falaise vive. Elle reçoit une houle permanente sauf au niveau de la lagune de la Merja Zerga. Cette lagune, qui se remplit et se vide au rythme de la marée, a permis l'installation de la petite station de Moulay Bouselham, fief du tourisme intérieur. Au sud de cette lagune, l'extension d'amples plages de sable (Mehdia et plage des Nations) est gênée par la houle qui demeure forte.

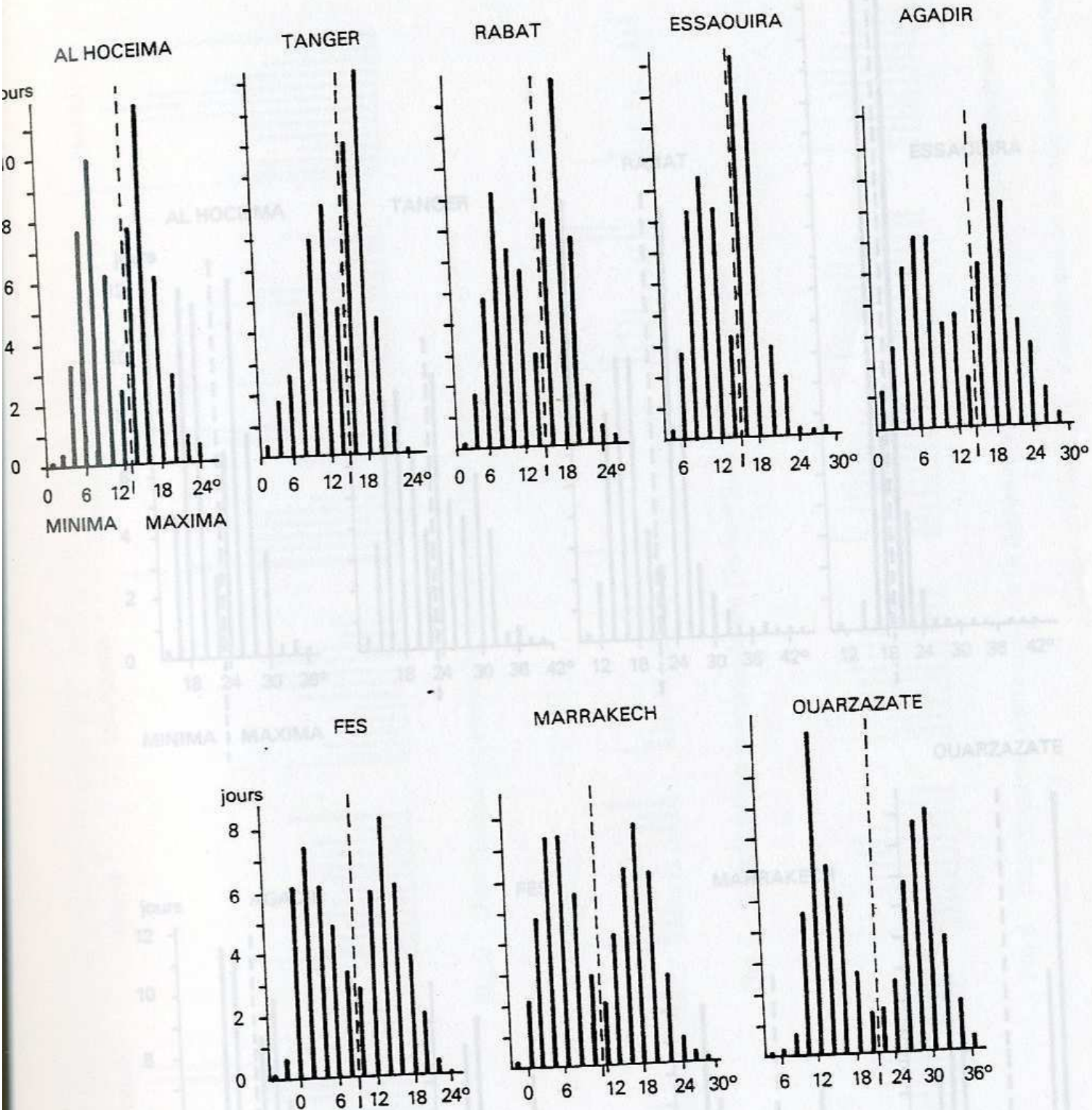
Les données climatiques de la station de Tanger relativement complètes mais en relation étroite avec la présence du détroit ne peuvent être généralisées au littoral Nord-atlantique. Aussi faut-il se contenter de celles de Larache moins exhaustives.

Les températures minima les plus enregistrées pendant le mois de janvier se situent entre 8° et 12°. Elles atteignent rarement 0° (0,8 jours en moyenne pour ce mois). Les maxima les plus fréquents de ce mois sont compris entre 14 et 16°. En été les maxima qui reviennent les plus sont 22° et 24°, avec en moyenne et respectivement 8 jours et 11 jours pour le mois de juillet. Quant aux maxima les plus élevés (entre 32° et 38°), ils sont moins fréquents (0,5 à 1 jour pour juillet). L'influence de l'Océan se fait donc sentir de façon sensible (fig. 2 A et 2 B).

La durée moyenne de l'insolation atteint 3 000 heures par an le long de toute cette côte. Sa répartition laisse apparaître une longue saison ensoleillée allant de mars à octobre. Les mois de janvier, février, novembre et décembre enregistrent en moyenne chacun 100 heures (contre 300 h pour août), 2 jours d'insolation continue (contre plus de 6 jours pour mai), et la presque totalité des jours d'insolation nulle du mois (fig. 3 - 4 - 5).

A part le golfe du Rharb (moins de 50 jours de pluies), toute cette côte reçoit des précipitations entre 50 et 70 jours par an. Quant aux brouillards et aux vents, les données ne sont pas disponibles pour la station de Larache. Mais ce littoral est souvent balayé par des vents de direction Est ou Ouest et qui sont dus à la proximité du détroit.

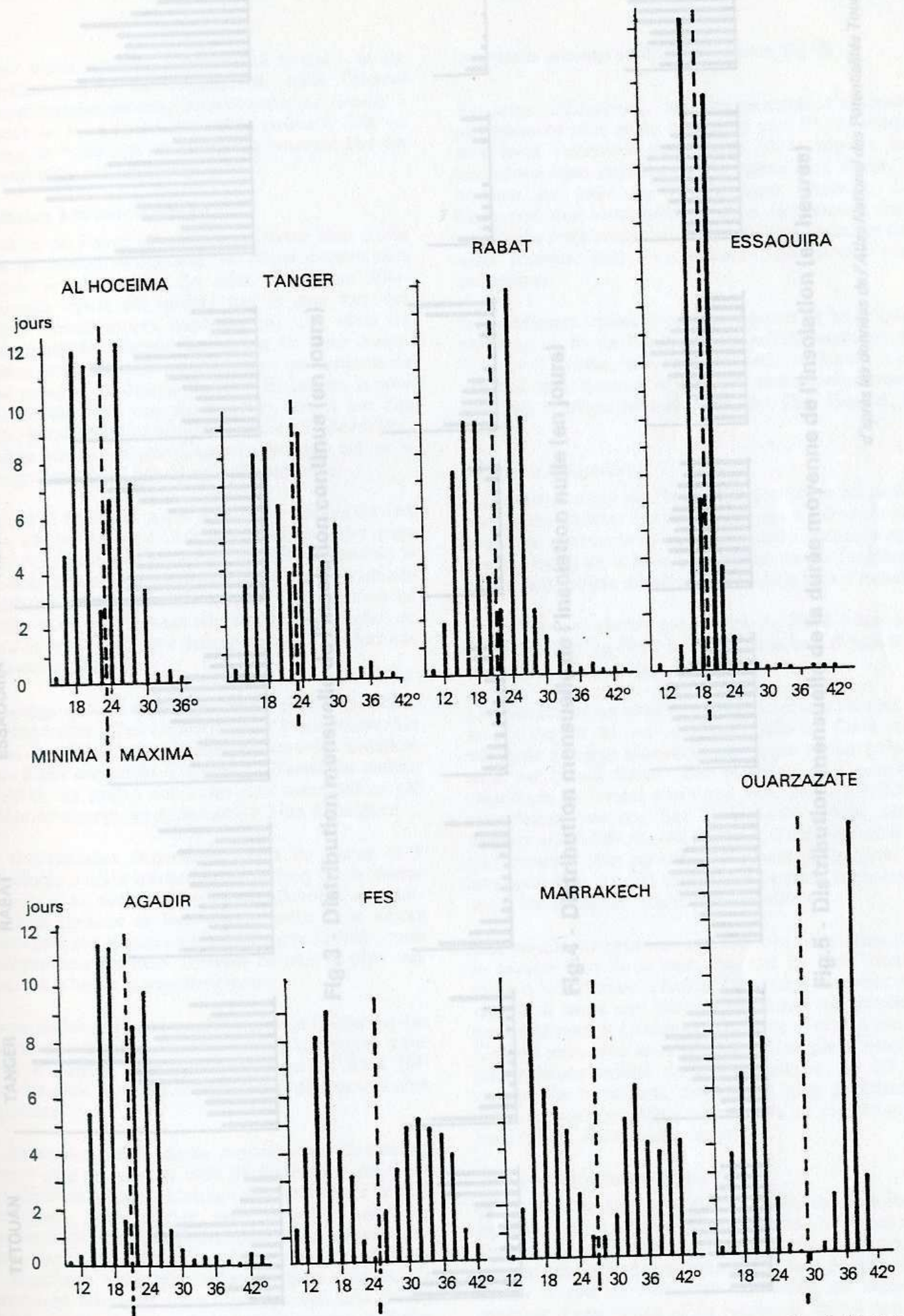
Ainsi le littoral Nord jusqu'aux environs de Rabat



d'après l'A.N.P.T.

Fig.2A - Fréquence des températures minima et maxima de Janvier

Fig.2B - Fréquence des températures minima et maxima de Juillet



d'après l'A.N.P.T.

Fig.2B - Fréquence des températures minima et maxima de Juillet

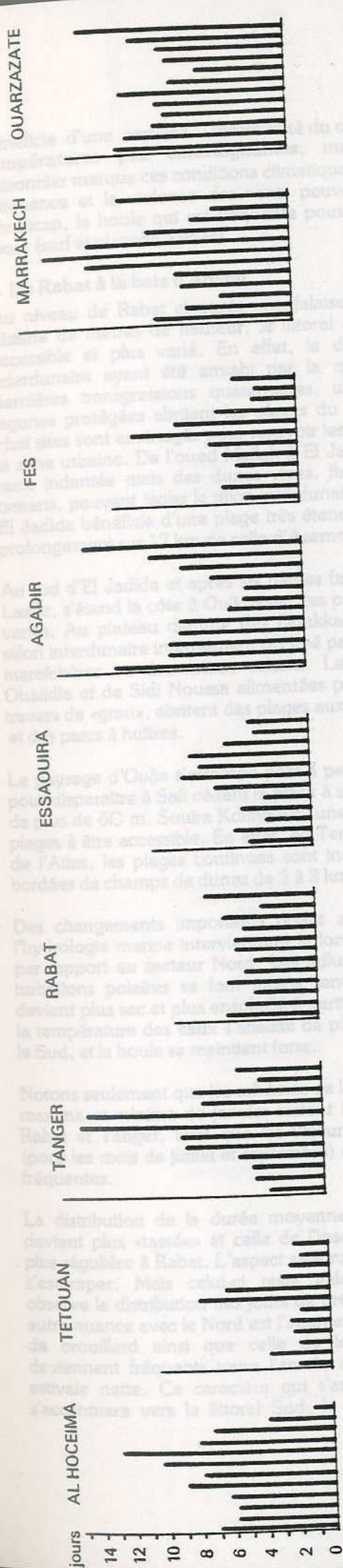


Fig.3 - Distribution mensuelle de l'insolation continue (en jours)

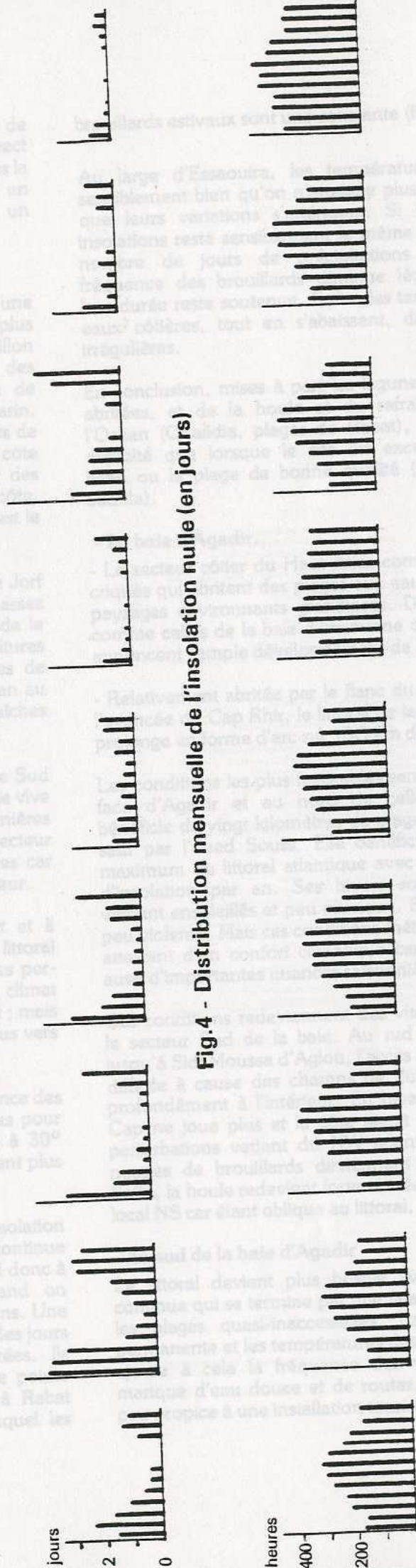


Fig.4 - Distribution mensuelle de l'insolation nulle (en jours)

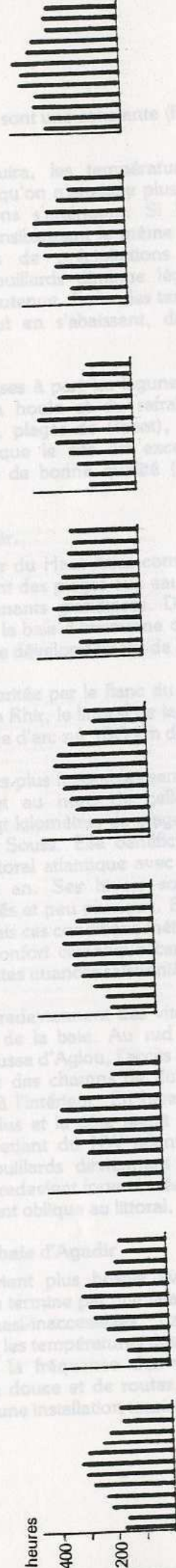


Fig.5 - Distribution mensuelle de la durée moyenne de l'insolation (en heures)

bénéficie d'une certaine **luminosité du ciel**, et de **températures peu contraignantes**, mais l'aspect saisonnier marque ces conditions climatiques. Seules la fréquence et la violence des vents peuvent être un handicap, la houle qui est fréquente pouvant être un atout (surf et planche à voile).

- De Rabat à la baie d'Agadir.

Au niveau de Rabat et après une falaise vive d'une dizaine de mètres de hauteur, le littoral devient plus accessible et plus varié. En effet, le dernier sillon interdunaire ayant été envahi par la mer lors des dernières transgressions quaternaires, une série de lagunes protégées abritent les plages du front marin. Huit sites sont aménagés pour recevoir les résidents de la zone urbaine. De l'oued Mellah à El Jadida, la côte reste indentée mais des dunes vives, fixées par des tamaris, peuvent isoler le sillon interdunaire de la côte. El Jadida bénéficie d'une plage très étendue qui est le prolongement sur 17 km de celle d'Azemmour.

Au sud d'El Jadida et après les hautes falaises de Jorf Lasfar, s'étend la côte à Oulja avec des paysages assez variés. Au plateau dénudé des Doukkala succède le sillon interdunaire intensément occupé par des cultures maraîchères ou des marais salants. Les lagunes de Oualidia et de Sidi Noussa alimentées par l'Océan au travers de «grau», abritent des plages aux eaux fraîches et des parcs à huîtres.

Le paysage d'Oulja s'estompe petit à petit vers le Sud pour disparaître à Safi cédant la place à une falaise vive de plus de 60 m. Souira Kdima est l'une des dernières plages à être accessible. En effet, du Tensift au secteur de l'Atlas, les plages continues sont inaccessibles car bordées de champs de dunes de 2 à 3 km de largeur.

Des changements importants quant au climat et à l'hydrologie marine interviennent le long de ce littoral par rapport au secteur Nord. Les influences des perturbations polaires se font moins sentir et le climat devient plus sec et plus ensoleillé à partir de Safi ; mais la température des eaux s'abaisse de plus en plus vers le Sud, et la houle se maintient forte.

Notons seulement que les schémas de la fréquence des maxima et minima de janvier restent identiques pour Rabat et Tanger, bien que les valeurs de 24 à 30° (pour les mois de juillet et septembre) deviennent plus fréquentes.

La distribution de la durée moyenne de l'insolation devient plus «tassée» et celle de l'insolation continue plus régulière à Rabat. L'aspect saisonnier tend donc à s'estomper. Mais celui-ci reste valable quand on observe la distribution des jours de précipitations. Une autre nuance avec le Nord est l'augmentation des jours de brouillard ainsi que celle de leurs durées. Ils deviennent fréquents toute l'année avec une pointe estivale nette. Ce caractère qui s'annonce à Rabat s'accroît vers le littoral Sud, le long duquel les

brouillards estivaux sont une constante (fig. 7).

Au large d'Essaouira, les températures s'abaissent sensiblement bien qu'on n'atteigne plus 0°, de même que leurs variations s'atténuent. Si le régime des insolation reste sensiblement le même qu'à Rabat, le nombre de jours de précipitations diminue. La fréquence des brouillards diminue légèrement mais leur durée reste soutenue. Enfin, les températures des eaux côtières, tout en s'abaissant, deviennent plus irrégulières.

En conclusion, mises à part les lagunes et les criques abritées, et de la houle et du rafraîchissement de l'Océan (Oualidia, plages de Rabat), ce littoral n'est exploité que lorsque le site est exceptionnellement beau ou la plage de bonne qualité (Sidi Bouzid, El Jadida).

- La baie d'Agadir.

- Le secteur côtier du Haut Atlas comporte de petites criques qui abritent des plages aux eaux calmes et aux paysages environnants grandioses. De petites plages comme celles de la baie d'Imssouane ou de Taghzoute annoncent l'ample développement de la baie d'Agadir.

- Relativement abritée par le flanc du Haut Atlas avec l'avancée du Cap Rhir, le littoral de la baie d'Agadir se prolonge en forme d'arc sur 150 km de long.

Les conditions les plus favorables semblent réunies en face d'Agadir et au nord de celle-ci. Cette côte bénéficie de vingt kilomètres de plages ininterrompues, sauf par l'oued Souss. Elle bénéficie de l'insolation maximum du littoral atlantique avec plus de 3 000 h d'insolation par an. Ses hivers sont tièdes, relativement ensoleillés et peu pluvieux. Enfin, la houle est peu violente. Mais ces conditions météorologiques, qui attestent d'un confort climatique certain, connaissent aussi d'importantes nuances saisonnières.

Ces conditions redeviennent très vite mauvaises dans le secteur Sud de la baie. Au sud de Sidi Toual et jusqu'à Sidi Moussa d'Aglou, l'accès à la mer redevient difficile à cause des champs de dunes qui pénètrent profondément à l'intérieur. En hiver, l'effet d'abri du Cap ne joue plus et la côte reçoit de plein fouet les perturbations venant du NW atlantique. En été, les nappes de brouillards deviennent plus persistantes. Enfin, la houle redevient forte et crée un courant marin local NS car étant oblique au littoral.

-Au sud de la baie d'Agadir

Le littoral devient plus hostile avec sa plate-forme continue qui se termine par une falaise vive et qui rend les plages quasi-inaccessibles. La houle redevient permanente et les températures des eaux basses. Si on ajoute à cela la fréquence des vents de sable, le manque d'eau douce et de routes, le littoral apparaît peu propice à une installation touristique.

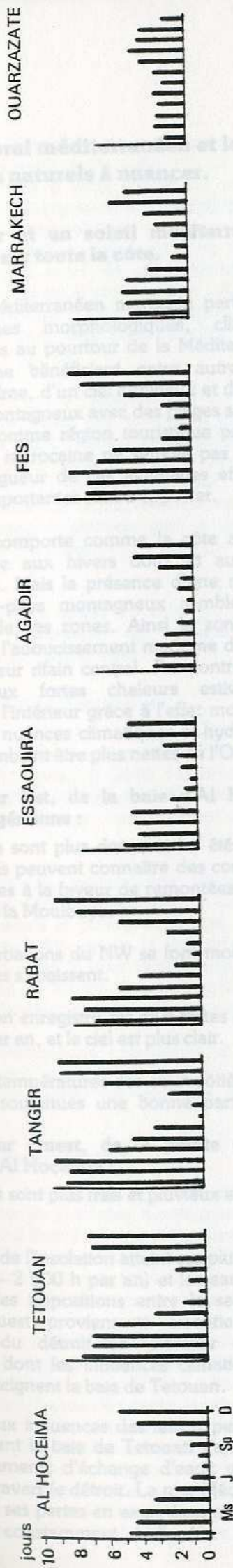


Fig.6 - Moyenne mensuelle des précipitations réparties entre 6h. et 18h. (en jours)

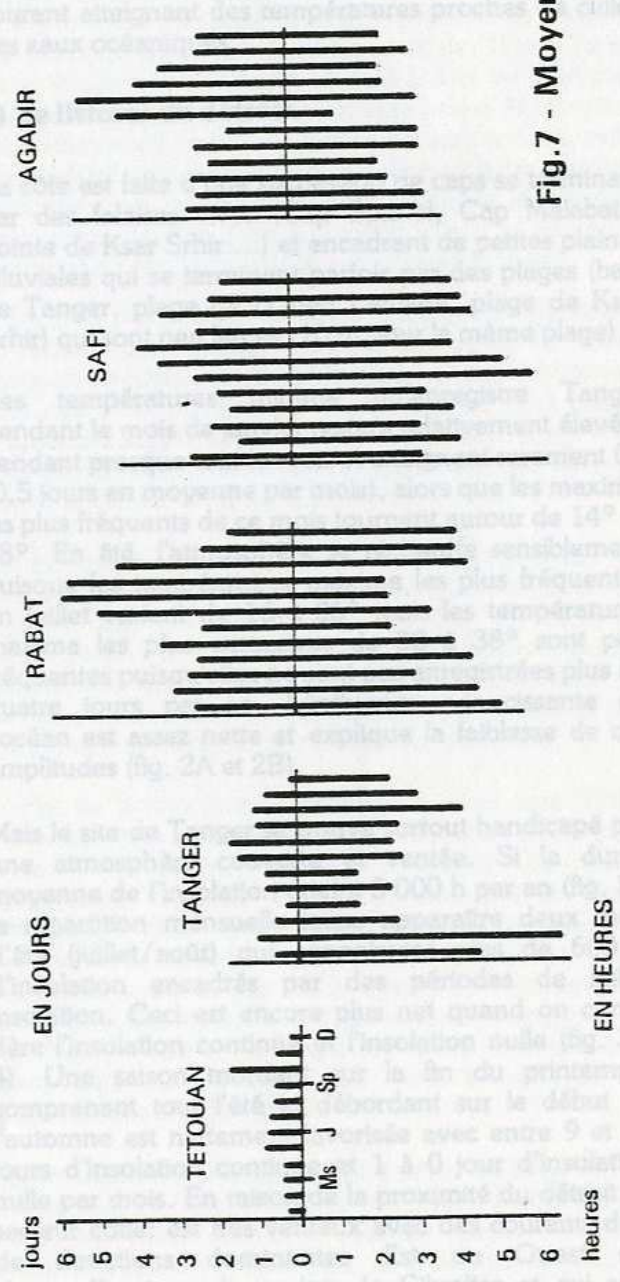


Fig.7 - Moyenne mensuelle des brouillards

2) - Le littoral méditerranéen et le détroit de Gibraltar: des attraits naturels à nuancer.

a) Une mer et un soleil méditerranéens non généralisés sur toute la côte.

Le littoral méditerranéen marocain participe par ses caractéristiques morphologiques, climatiques et hydrologiques au pourtour de la Méditerranée. Cette dernière zone bénéficiant entre autre d'une mer chaude et calme, d'un ciel lumineux et de la rencontre des flancs montagneux avec des plages sableuses, s'est vu classée comme région touristique par excellence. Mais la côte marocaine ne semble pas bénéficier sur toute sa longueur de ces avantages et des nuances régionales importantes sont à apporter.

Cette côte comporte comme la côte atlantique une mince frange aux hivers doux et aux étés relativement frais. Mais la présence d'une mer fermée et d'un arrière-pays montagneux semblent jouer sur l'extension de ces zones. Ainsi la zone littorale qui bénéficie de l'adoucissement maritime disparaît même dans le secteur rifain central. Par contre, la zone qui échappe aux fortes chaleurs estivales pénètre largement à l'intérieur grâce à l'effet montagneux (fig. 8). Mais les nuances climatiques et hydrologiques sur ce littoral semblent être plus nettes de l'Ouest vers l'Est.

- Le secteur Est, de la baie d'Al Hoceima à la frontière algérienne :

- Les hivers sont plus doux, et les étés plus chauds. Mais ces étés peuvent connaître des coups de chaleur assez pénibles à la faveur de remontées d'air chaud et sec à travers la Moulouya.

- Les perturbations du NW se font moins sentir et les précipitations s'abaissent.

- L'insolation enregistre ses plus fortes durées : 2 500 à 3 000 h par an, et le ciel est plus clair.

- Enfin les températures des eaux côtières deviennent élevées et soutenues une bonne partie de l'année.

- Le secteur Ouest, de la pointe de Sebta aux environs d'Al Hoceima :

- Les hivers sont plus frais et pluvieux et les étés moins chauds.

- La durée de l'insolation atteint ses plus faibles valeurs au Maroc (- 2 500 h par an) et les eaux côtières sont fraîches. Ces oppositions entre le secteur Est et le secteur Ouest proviennent essentiellement de la proximité du détroit de Gibraltar et de l'Océan Atlantique dont les influences climatiques et hydrologiques atteignent la baie de Tetouan.

En effet, aux influences des temps perturbés d'Ouest qui atteignent la baie de Tetouan s'ajoutent les effets des mouvements d'échange d'eaux entre la mer et l'Océan à travers le détroit. La mer Méditerranée, pour compenser ses pertes en eaux dues aux évaporations, s'alimente constamment à l'Océan Atlantique. En

outre, la différence de salinité entre les eaux des deux étendues marines fait que la mer Méditerranée évacue dans l'Océan des eaux plus salées mais pour un volume plus faible et reçoit des eaux plus abondantes. Il résulte de ce fait un double courant E/W et W/E. Mais du fait de la différence de densité, les eaux méditerranéennes de densité supérieure se déplacent par le fond, alors que les eaux océaniques de densité inférieure se déplacent par la surface. Ceci engendre un courant superficiel d'eaux relativement fraîches d'Ouest/Est qui vient s'ajouter aux transgressions des eaux océaniques en Méditerranée lors des hautes marées (ANDRE A., 1973). Tout ceci fait que les eaux de la côte de Tetouan se trouvent rafraîchies par ce courant atteignant des températures proches de celles des eaux océaniques.

b) Le littoral du détroit.

La côte est faite d'une succession de caps se terminant par des falaises vives (Cap Spartel, Cap Malabata, pointe de Ksar Srrhir ...) et encadrant de petites plaines alluviales qui se terminent parfois par des plages (baie de Tanger, plage de l'Oued Lediane, plage de Ksar Srrhir) qui sont peu larges (10 m pour la même plage).

Les températures minima qu'enregistre Tanger pendant le mois de janvier restent relativement élevées pendant presque tout le mois et atteignent rarement 0° (0,5 jours en moyenne par mois), alors que les maxima les plus fréquents de ce mois tournent autour de 14° et 18°. En été, l'atmosphère se réchauffe sensiblement puisque les températures maxima les plus fréquentes en juillet varient de 16 à 26° mais les températures maxima les plus excessives de 32 à 38° sont peu fréquentes puisqu'elles ne sont pas enregistrées plus de quatre jours par an. L'influence adoucissante de l'Océan est assez nette et explique la faiblesse de ces amplitudes (fig. 2A et 2B).

Mais le site de Tanger se trouve surtout handicapé par une atmosphère couverte et ventée. Si la durée moyenne de l'insolation atteint 3 000 h par an (fig. 8), la répartition mensuelle laisse apparaître deux mois d'été (juillet/août) qui connaissent plus de 600 h d'insolation encadrés par des périodes de faible insolation. Ceci est encore plus net quand on considère l'insolation continue et l'insolation nulle (fig. 3 - 4). Une saison mordant sur la fin du printemps, comprenant tout l'été et débordant sur le début de l'automne est nettement favorisée avec entre 9 et 15 jours d'insolation continue et 1 à 0 jour d'insolation nulle par mois. En raison de la proximité du détroit, le secteur côtier est très venteux avec des courants d'air de directions dominantes Est ou Ouest qui s'engouffrent par le couloir de Gibraltar et qui sont sensibles entre midi et 18 heures.

Si les jours de brouillards par mois sont très limités (moins de 2 jours) leurs durées en heures traduit aussi une opposition saisonnière. Les brouillards durent plus

longtemps en hiver (avec en moyenne une durée de 6 heures en février) qu'en été où ils se dissipent rapidement : une à deux heures en moyenne. Les jours par mois qui reçoivent des précipitations entre 6 h et 18 h se concentrent aussi en hiver et pendant les saisons intermédiaires, mais le mois de juin peut enregistrer 2 à 2,5 jours de précipitations. Enfin les températures des eaux côtières sont rafraîchies par la circulation maritime Océan-Méditerranée qui a été soulignée plus haut ; elles oscillent entre 12° en janvier et 20° en août (fig. 8).

Ainsi si l'influence maritime adoucit les températures, les autres conditions ne sont pas très favorables. L'atmosphère étant souvent couverte l'hiver, les vents E/W ou W/E fréquents et violents, les températures des eaux restent assez basses avec une variation saisonnière nette. De ce fait, le littoral est quasi-vidé de toute installation touristique mise à part la baie de Tanger dont l'équipement s'explique par d'autres facteurs.

Une route côtière essaie de valoriser ces sites, mais souffre de glissements de terrains et nécessite d'importants frais d'entretien.

c) Le littoral méditerranéen.

La côte méditerranéenne présente certains caractères du littoral du détroit à savoir l'alternance de petites plaines exigües et de versants montagneux qui s'avancent dans la mer, avec pourtant des nuances de taille.

Ces nuances de morphologie littorale incitent à opposer d'un côté le secteur du Rif Central, du pays Rhomara jusqu'à la pointe de Nador, où, exception faite de la baie d'Alhoceima, la côte est sans ouverture, et d'un autre côté la côte tétouanaise et la côte qui s'étend à l'est de Nador où les ouvertures sous forme de plaines alluviales et de plages sont assez fréquentes.

Mais les modifications climatiques et hydrologiques nous poussent plutôt à opposer la côte Est de la péninsule de Tanger au reste du littoral méditerranéen :

- De Sebta au cap Mazari.

Les plaines alluviales au large développement sont encadrées par les avancées montagneuses de Koudiat Taïfor, du Jbel Zem Zem et du Cap Mazari. Ces plaines sont occupées par des *merja* mal drainées et fermées par des cordons dunaires fixes, le tout se terminant par un littoral bordé d'une longue étendue de sable.

Comme cela a déjà été souligné, les conditions climatiques et hydrologiques de type méditerranéen ne se trouvent réunies que vers l'Est. Le littoral de Sebta à l'Oued Laou présente des particularités climatiques qui le rapprochent plutôt du littoral atlantique. Les eaux côtières sont plus fraîches que celles du littoral oriental, leurs températures se rapprochent des températures des eaux océaniques et peuvent être plus basses que celles-ci. En été, on a relevé des moyennes de 19° à Sebta contre 20° à El Jadida, alors qu'en hiver les

moyennes sont de 14° à Mdiq et 15° à Casablanca. Cette douceur des eaux du littoral de Tetouan s'explique par la proximité du détroit et les mouvements d'échanges d'eaux entre la mer et l'océan. Avec une durée moyenne de 2 500 h par an d'insolation, cette côte est la moins ensoleillée, et elle est même plus couverte que le littoral d'en face sur la Costa del Sol. C'est aussi la partie de la côte méditerranéenne la plus humide avec 583 mm par an contre 324 mm à Mlilia, et 484 mm à Malaga.

- Le reste de la côte méditerranéenne.

- De l'Oued Laou au Cap des Trois Fourches et mise à part la fenêtre d'Al Hoceima, la chaîne rifaine arrive jusqu'à la mer et ses versants y plongent brutalement. Les vallées deviennent étroites et profondes et se terminent par de petites plages aux embouchures des oueds. La chaîne Bokkoya est une véritable barrière face à la mer. Les sites les plus favorables se tiennent aux embouchures de l'Oued Laou et de l'Oued Tarja, dans les criques de Jebha et Cala Iris et les quelques plages du pays Tamsamani. Mais la baie d'Al Hoceima est de loin le site le plus favorable. En forme d'arc, cette baie qui se trouve au débouché d'une plaine alluviale s'appuie sur le massif calcaire des Bokkoya et le massif volcanique de Ras Tarf. La petite ville d'Al Hoceima s'accroche à la chaîne calcaire et domine la baie.

- Du Cap des Trois Fourches à la frontière algérienne, le littoral devient plus aéré et comporte de longs secteurs de côtes basses, limités par des promontoires : Cap des Trois Fourches et Ras Kebdana. Aux plages amples de la plaine de Triffa et du Bou Areg vient s'ajouter la plus grande lagune du Maroc qui offre un plan d'eau idéal pour les activités nautiques.

Ce qui fait l'unité de ce littoral varié, c'est le climat qui devient semi-aride à partir de l'Oued Laou et au fur et à mesure que l'on s'achemine vers l'Est. En effet, les conditions atmosphériques et hydrologiques deviennent franchement méditerranéennes avec un ciel clair et sec, des eaux calmes et tièdes mais avec des températures adoucies par l'influence maritime.

L'effet de la mer fermée se fait plus sentir vers l'Est et les eaux côtières deviennent plus chaudes : 23° pour août à Al Hoceima et 24° à Saidia. La durée d'insolation dépasse 2 750 heures par an pour atteindre 3 000 heures à Al Hoceima. Le caractère saisonnier de cette insolation est encore valable mais il est moins soutenu que sur le littoral de Tetouan. Les mois de juillet et août sont les seuls à enregistrer un nombre de jours d'insolation continue supérieur à 6, alors qu'à Al Hoceima, 10 mois enregistrent ou dépassent ce chiffre (fig. 3).

Quant aux précipitations, c'est à partir de la station de Jebha que la fréquence des mois secs l'emporte sur celle des mois humides. Aucune station orientale n'atteint 400mm. (Mlilia 324, Al Hoceima 308) et les mois très humides y sont inconnus. Le nombre de jours de pluie n'atteint pas 40 jours par an à Al Hoceima, avec bien entendu un creux estival : 1 jour de pluie en juillet contre 4 jours en janvier.

Tout en étant plus élevées que vers l'Ouest, les

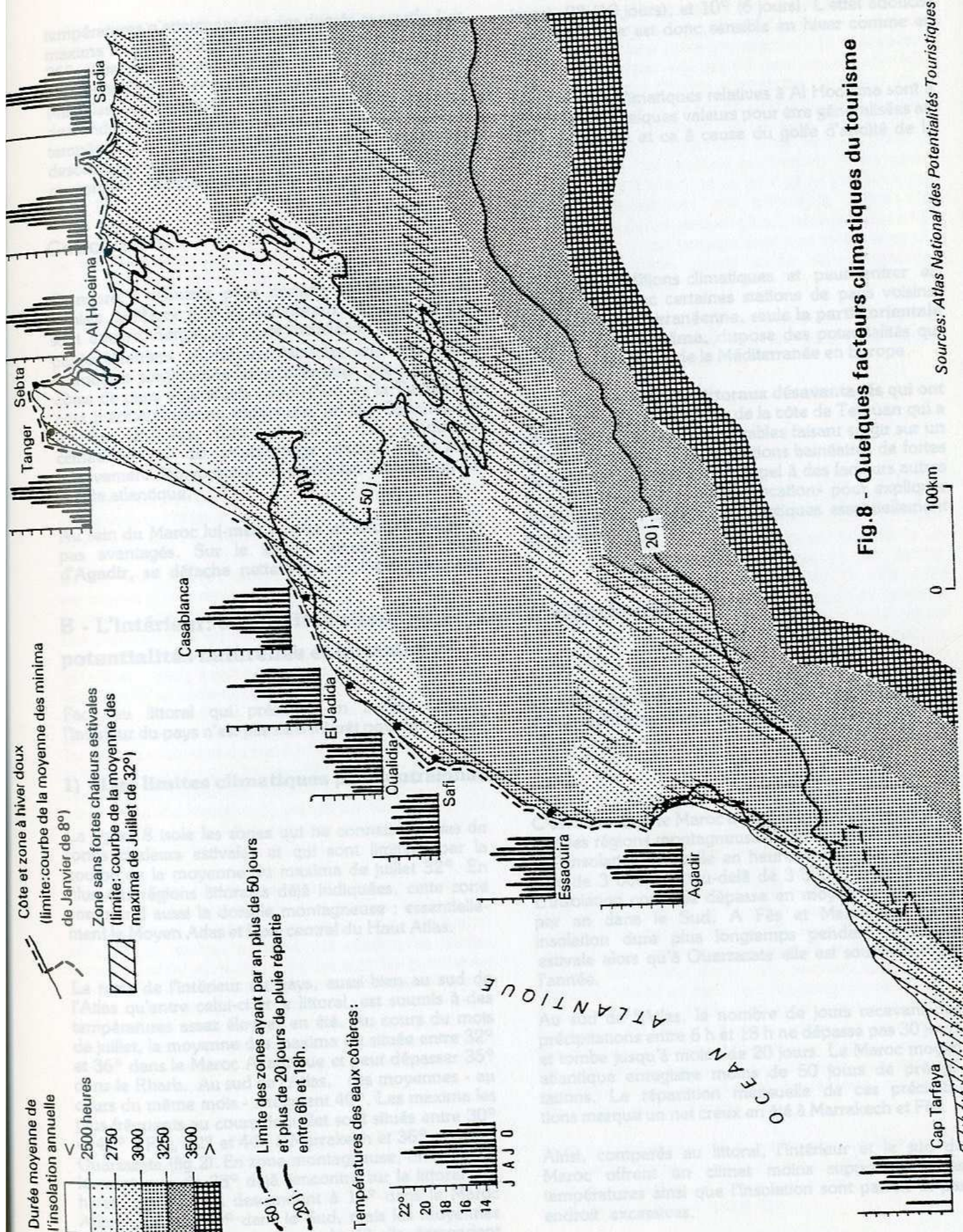


Fig.8 - Quelques facteurs climatiques du tourisme

températures n'atteignent pas des degrés excessifs. Les maxima les plus fréquents en juillet tournent autour de 26° alors que les maxima de 30° et plus sont peu fréquents (3 jours en juillet pour les valeurs de 30°). Mais les températures minima de janvier peuvent descendre jusqu'à 4° pendant 3 jours. Quant aux températures minima de janvier, bien que pouvant descendre jusqu'à 4° et 2° , les valeurs les plus fréquemment enregistrées tournent autour de 6° (+ 7

jours), 9° (10 jours), et 10° (6 jours). L'effet adoucissant de la mer est donc sensible en hiver comme en été.

Ces données climatiques relatives à Al Hoceima sont à diminuer de quelques valeurs pour être généralisées au reste du littoral et ce à cause du golfe d'aridité de la baie.

Conclusion

Comparé à d'autres pays comme l'Espagne ou la Tunisie, le Maroc dispose de littoraux très étendus qui sont encore **vierges** de toute installation humaine et particulièrement touristique. Mais les sites balnéaires marocains sont **moins concurrentiels** que ceux des côtes de pays voisins tels que le Sud de la Tunisie, la côte méditerranéenne espagnole, les îles Canaries ou les îles Baléares. Ceci est dû à des conditions climatiques et de morphologie littorale qui sont relativement défavorables, en particulier tout le long de la côte atlantique.

Au sein du Maroc lui-même, tous les littoraux ne sont pas avantagés. Sur le littoral atlantique, la baie d'Agadir, se détache nettement, en bénéficiant des

meilleures conditions climatiques et peut entrer en concurrence avec certaines stations de pays voisins. Sur la côte méditerranéenne, seule la **partie orientale à partir d'Al Hoceima**, dispose des potentialités qui ont fait la réputation de la Méditerranée en Europe.

Or, ce sont parfois des **littoraux désavantagés qui ont été aménagés**. C'est le cas de la côte de Tetouan qui a nécessité des efforts considérables faisant surgir sur un littoral vierge une série de stations balnéaires de fortes capacités. Aussi faut-il faire appel à des facteurs autres que les potentialités ou la «vocation» pour expliquer l'aménagement d'espaces touristiques essentiellement balnéaires.

B - L'intérieur: des limites climatiques mais d'importantes potentialités naturelles et humaines

Face au littoral qui présente un intérêt certain, l'intérieur du pays n'est pas sans intérêt pour le touriste.

En dépit de limites climatiques parfois sérieuses, les attraits culturels et naturels sont innombrables.

1) - Des limites climatiques peu contraignantes

La figure 8 isole les zones qui ne connaissent pas de fortes chaleurs estivales et qui sont limitées par la courbe de la moyenne du maxima de juillet 32° . En plus des régions littorales déjà indiquées, cette zone comprend aussi la dorsale montagneuse : essentiellement le Moyen Atlas et l'axe central du Haut Atlas.

C'est aussi dans le Maroc intérieur et du Sud, et mises à part les régions montagneuses, que la durée moyenne de l'insolation annuelle en heures est la plus élevée : plus de 3 000 h et au-delà de 3 500 h pour le Sud. L'insolation continue dépasse en moyenne 100 jours par an dans le Sud. A Fès et Marrakech, cette insolation dure plus longtemps pendant la saison estivale alors qu'à Ouarzazate elle est soutenue toute l'année.

Le reste de l'intérieur du pays, aussi bien au sud de l'Atlas qu'entre celui-ci et le littoral, est soumis à des températures assez élevées en été. Au cours du mois de juillet, la moyenne des maxima est située entre 32° et 36° dans le Maroc Atlantique et peut dépasser 36° dans le Rharb. Au sud de l'Atlas, ces moyennes - au cours du même mois - atteignent 40° . Les maxima les plus fréquents au cours de juillet sont situés entre 30° et 40° à Fès, 32° et 44° à Marrakech et 36° et 42° à Ouarzazate (fig.2). En zone montagneuse, on retrouve le maximum de 28° déjà rencontré sur le littoral. En hiver, ces maxima descendent à 16° dans le Maroc Atlantique et à 20° dans le Sud, mais les moyennes des minima se situent autour de 4° . Ils descendent rarement à 0° à Fès et Ouarzazate en janvier. Les limites se trouvent en montagne avec des moyennes minima de 0° à -4° .

Au sud de l'Atlas, le nombre de jours recevant des précipitations entre 6 h et 18 h ne dépasse pas 30 jours et tombe jusqu'à moins de 20 jours. Le Maroc moyen atlantique enregistre moins de 50 jours de précipitations. La répartition mensuelle de ces précipitations marque un net creux en été à Marrakech et Fès.

Ainsi, comparés au littoral, l'intérieur et le sud du Maroc offrent un climat moins supportable. Les températures ainsi que l'insolation sont parfois et par endroit excessives.

Mais on se trouve loin du climat torride et pénible du Sud Tunisien qui confine le tourisme sur une mince

frange littorale. La dorsale montagneuse contribue à rafraîchir ce climat et offre même un certain confort climatique sauf en hiver où les températures peuvent baisser considérablement. Mais ces hivers connaissant des chutes de neige appréciables dotent la montagne d'un attrait important. En effet, les sommets du Moyen Atlas et du Haut Atlas et ceux, élevés, du Rif reçoivent d'importantes chutes de neige et connaissent un enneigement prolongé (2 à 4 mois pour le Moyen Atlas). Fréquence des chutes, durée de l'enneigement et épaisseur de la neige ont permis l'équipement de stations de sports d'hiver fréquentés tout d'abord par les résidents étrangers et de plus en plus par la bourgeoisie marocaine. D'autres sites notamment dans le Moyen Atlas ont été relevés mais ne sont point équipés ni touchés par le tourisme international.

La juxtaposition de ces régions de neige à des zones désertiques aux fortes chaleurs et à l'insolation excessive constitue pour ces dernières régions un attrait

2) - Des centres d'intérêts diversifiés

La nature en premier lieu offre un potentiel assez varié qui peut faire l'objet d'une exploitation touristique. Les montagnes et le Sud sont les régions les plus riches.

Le Rif attire par ses vallées profondément sculptées, ses formes d'érosion spectaculaires, ses gouffres de la Dorsale calcaire, et sa forêt de cèdres, pins et sapins. Les paysages du Moyen Atlas sont encore plus variés : vastes étendues tabulaires, alignements de chaînons parallèles, reliefs karstiques, paysages volcaniques et belles forêts de cèdres et de chênes. Le Haut Atlas offre un cadre naturel d'une certaine beauté et d'un aspect grandiose comme les profonds canyons qui découpent les plateaux calcaires du Haut Atlas Atlantique - et dont le plus fréquenté est la haute vallée d'Imouzzere Ida ou Tanane -, les pyramides, aiguilles et hauts sommets du Haut Atlas de Marrakech, les parois abruptes et les cascades du Haut Atlas calcaire, et les formes déjà désertiques du Haut Atlas oriental.

Dans le Sud, le dépaysement est total avec un ciel clair et des formes encore plus variées comme les spectaculaires canyons des *foum*, la végétation réfugiée en lanières au fond des vallées, les hautes dunes de sable jaune des ergs, les aiguilles granitiques du Bou Gaffère, les grandes dépressions des «Maider», les paysages verdoyants à des latitudes pourtant basses du massif d'Ifni, etc. Le risque de lassitude empêche de continuer cette liste de centres d'intérêts qui offrent autant de points de vue saisissants avec un impact émotionnel certain.

Le plus souvent, cette nature se combine à des aménagements humains pour créer des types de paysages. C'est le cas des paysages typiques des collines pré-rifaines et des piémonts montagneux, de l'*ouïja* littoral et des oasis du Sud. L'habitat rural marocain en particulier est d'une grande variété depuis la *khaima* semi-nomade jusqu'à la *kasba* et au *ksar* du Sud en passant par la maison rifaine et pré-rifaine.

plutôt qu'une limite pour le développement du tourisme. En effet, le produit touristique marocain offert accorde une place importante à la «découverte du désert» et aux voyages de type «aventure». Mais des deux centres d'intérêt climatique, le désert est le plus exploité par le tourisme international. L'Europe, principale zone d'émission de touristes en direction du Maroc, répondant largement aussi bien du point de vue quantitatif que qualitatif aux besoins de ses vacanciers en sports d'hiver, ne va faire appel au Maroc que pour le dépaysement que fournit le désert. Ces voyages dans des régions au climat relativement torride supposent un court passage avec des arrêts dans des hôtels confortables, plutôt qu'un séjour prolongé comme sur le littoral.

Quant à l'intérieur du Maroc Nord, la «rudesse» du climat y est compensée par les différents centres d'intérêts naturels et humains.

La ville marocaine offre aussi, en plus d'une ambiance dépayseante, une richesse incontestable quant aux monuments historiques et préhistoriques. Là aussi, il serait fastidieux de dresser l'inventaire détaillé de ces monuments par époque historique et par centre. Notons seulement qu'en dehors de la ville cette richesse est constituée par les admirables gravures rupestres qui sont souvent situées dans le cadre naturel splendide des zones présahariennes et montagneuses, les traces d'une civilisation urbaine «mauritanienne» antérieure à l'occupation romaine, et celles dues à l'urbanisme romain qui s'est substitué à celle-ci. Dans les villes les nouvelles fondations qui ont accompagné l'islamisation et la succession des différentes dynasties témoignent de la puissance et de la richesse de leurs grands bâtisseurs. Ces monuments sont inégalement répartis puisque les 4 villes «impériales» de Fes, Meknès, Rabat et Marrakech concentrent la plupart des monuments et des musées. En dehors de ces villes qui offrent une image sur l'art musulman du Maroc, plusieurs autres monuments existent (carte des monuments historiques de l'Atlas du tourisme), mais étant dispersés et ne se trouvant pas sur les itinéraires habituels, ils sont peu fréquentés. Il ne faut pas oublier l'art hispano-lusitanien qui a marqué certains sites des littoraux marocains. Enfin, une mention spéciale doit être accordée à l'art rural dont l'importance vient du fait que les formes d'organisation socio-économique traditionnelle sont encore vivantes dans les campagnes marocaines. Greniers collectifs ou *Agadir*, architecture des villages fortifiés, tissage des tapis, céramique et orfèvrerie sont quelques-unes des richesses artistiques des régions montagneuses.

Ainsi, la combinaison de quelques-uns des éléments de la «vocation touristique» du pays peut déboucher sur la division du Maroc en zones aux potentialités touristiques plus ou moins importantes.

Des régions comme le Rif Occidental et sa côte, le Moyen Atlas Central, le Haut Atlas Central, l'Anti Atlas Occidental ainsi que le chapelet des oasis du Sud

apparaissent comme les régions les plus riches en centres d'intérêts naturels et humains. Mais - comme cela apparaîtra plus loin - la valorisation de tel ou tel paysage ou type d'architecture aux dépens d'autres prend en compte les goûts et les jugements du touriste ou du producteur (de voyages) qui est à l'extérieur. On peut donc déjà avancer que c'est en fonction d'une esthétique, de valeurs et de goûts étrangers au pays que le touriste va disposer de l'espace marocain. Cette valorisation dépend aussi des mythes et des slogans qui répondent à la mode du moment. Aussi, faut-il se demander à quelle demande le Maroc avec ses centres d'intérêts variés et dispersés

aux quatre coins du pays, va avoir à répondre. En principe, tout plaide en faveur d'un tourisme aux produits variés et aux styles différenciés où le tourisme balnéaire n'est pas le produit dominant. Qu'en est-il dans la réalité ?

Pour répondre à cette question, il faut envisager tout d'abord les options prises par les responsables de la planification au niveau intérieur avant de s'interroger sur les conduites touristiques de la demande extérieure.

II - LA VOLONTE DE L'ETAT DE MISER SUR LE TOURISME COMME MOYEN DE DEVELOPPEMENT

«Le tourisme représente pour les pays en voie de développement, le véritable moteur de développement de la même façon que le fut l'industrie lourde pour l'Europe du XIX^e siècle»(5). Cette affirmation d'un expert de la Banque Mondiale peut expliquer l'empressement de plusieurs pays sous-développés, entre autres le Maroc, à vouloir miser sur le tourisme comme activité d'exportation qui doit entraîner un apport de

devises ainsi qu'une stimulation de la production nationale par le biais de la consommation de biens et de services. Des efforts considérables ont été fournis par le secteur public pour soutenir et encourager cette activité, et ce depuis le plan triennal 1965-1967. Mais la naissance de cette activité n'est pas un fait récent, elle remonte à la période coloniale.

A - Le tourisme étranger au Maroc jusqu'aux années 60

L'ancienneté du tourisme étranger a déjà été soulignée. Delacroix et Churchill ont été cités comme des propagandistes des attraits du pays (TROIN J.F., 1967). Le protectorat français a encouragé le tourisme comme activité économique de façon plus explicite. En effet, les autorités du protectorat réservaient une place - bien que minime - au tourisme dans leur politique économique en lui affectant 1,24 % du budget total du programme d'équipement 1949-1952. Et c'est le Maréchal Lyautey en personne qui décida en 1921 le lancement de la construction à Marrakech d'un grand hôtel de luxe, en choisissant même son emplacement, et ce dans les jardins de la Mamounia. Par la suite, sociétés et hommes d'affaires français s'intéressèrent à ce secteur car s'il ne représentait que 1,24 % du budget entre 1949 et 1952, la participation du secteur privé était de 93 % (SEBBAR H., 1975). Il semble que cette politique répondait à un double but. En effet, si elle visait à offrir un cadre de repos aux vacanciers européens et français, elle offrait surtout une occasion à d'éventuels hommes d'affaires de se rendre compte sur place des possibilités d'investissement qu'offrait le Maroc.

Ainsi, pour le premier cas, les Anglo-Saxons étaient attirés par Tanger et surtout Marrakech où les Anglais séjournaient en hiver. Mohammedia était également très prisée par les Anglais lors des saisons de golf d'hiver. Les croisières de luxe fréquentaient souvent les ports marocains : Tanger, Casablanca, El Jadida,

Essaouira et Agadir, et organisaient déjà à cette époque des séjours combinés à des circuits (TROIN J.F., 1967). Pour le deuxième cas, des hommes d'affaires, essentiellement français, avaient comme destination Casablanca ou Tanger mais pouvaient prolonger leurs séjours d'affaires par des séjours touristiques. Ailleurs, des implantations touristiques plus modestes furent réalisées pour répondre aux besoins des résidents français du pays. Ceux-ci se déplaçaient soit vers la montagne soit vers les côtes. Ifrane et Azrou étaient les stations de la colonie de Fes et Meknès ; Moulay Bousselham celle de Meknès ; Ourika, Oukaimedene, Essaouira et El Jadida celles de Marrakech et Saidia celle d'Oujda. A ce tourisme intérieur pratiqué par des Français s'associait une certaine bourgeoisie marocaine.

De ce fait, la plus grande partie de cette capacité d'hébergement était concentrée dans un triangle Tanger-Ifrane-El Jadida. Les villes dites «impériales» regroupaient la majorité de l'hôtellerie de luxe et répondaient à la demande de ces hommes d'affaires déjà cités plus haut (Casablanca, Rabat, Tanger) et aux besoins des résidents étrangers (Marrakech, Fes). Cette même minorité étrangère utilisait les installations de la deuxième région constituée par le Moyen Atlas et le Plateau Central. Cette région offrait surtout des petits hôtels pour un tourisme familial et des auberges à l'intention des chasseurs et pêcheurs. Enfin, les stations côtières de Moulay Bousselham à El Jadida

(5) DAVIS D., Banque Mondiale, 1966

répondaient aux besoins de tourisme balnéaire de cette colonie (TROIN J.F., 1967).

Les investissements dans cette hôtellerie étaient soit le fait des Compagnies de transport comme la Cie Paquet (Chaîne Marhaba), la Cie Générale Transatlantique, les Chemins de Fer du Maroc pour les grandes réalisations, soit le fait d'individus essentiellement des Français ou des Grecs pour les petits hôtels de type familial.

Les implantations touristiques de la période coloniale répondaient donc avant tout à une clientèle européenne aisée et à la colonie française du Maroc et se localisaient dans ce qu'on a appelé le «Maroc utile». Cette hôtellerie se caractérisait aussi par la part importante mais encore peu écrasante des catégories de luxe (1/3 des chambres).

Ainsi, avec l'indépendance, le Maroc héritait déjà de quelque 200 hôtels totalisant 7 300 chambres qui ajoutés à un bon réseau routier, à des ports et aéroports, constituaient une infrastructure touristique non négligeable et qui va peser sur les orientations économiques futures.

Mais durant la période qui va de l'Indépendance à

B - Le tournant du plan triennal 1965-1967

Avec le plan triennal 1965-1967, le Maroc inaugure une nouvelle politique économique qui insiste sur trois secteurs prioritaires : l'agriculture, le tourisme et la formation des cadres. Le tourisme n'est plus considéré

1)-L'Etat en tant qu'investisseur

a) L'Etat prend en charge la majorité des investissements.

A partir de cet objectif nouveau, bien défini dans le plan, l'Etat va prendre en charge la majorité des investissements (80 %) du secteur touristique dont la part dans le budget total atteint désormais 6,4 %. Cette tendance faisant du tourisme une activité prioritaire va se maintenir et se renforcer puisque sa part dans le budget total des investissements du plan suivant (1968-1972) sera de 6,8 % avec **18 % seulement de ces investissements** couverts par le secteur privé. Le plan de 1973-1977 décide le «renforcement de l'action dans ce domaine» (6), et consacre 242 544 000 DH aux investissements touristiques.

L'Etat se dote de sociétés et d'organismes dont il détient la majorité des capitaux et qui se consacrent à l'emploi de ces investissements. L'Office National Marocain du Tourisme ajoute à son rôle d'animateur et d'agent publicitaire, celui de promoteur et de gestionnaire notamment par le biais de la Société DIAFA.

Avec l'Office National des Chemins de Fer, il a créé ou aménagé 1094 lits au cours du plan 1968-1972. La

1960-1961, cette structure et cette répartition de l'hôtellerie vont rester sensiblement les mêmes. Le programme biennal 1958-59 ne consacre au tourisme que 0,22 % du budget total (SEBBAR H., 1975). Quant au premier plan quinquennal 1960-1964, il ne considérait encore le tourisme que comme un simple moyen permettant un apport de devises supplémentaires susceptibles d'équilibrer la balance des comptes. En effet, les auteurs de ce plan, tout en relevant que pour la première fois la balance touristique est excédentaire, expliquent ce succès par la diminution des sorties des Français résidant au Maroc mais surtout par l'augmentation sensible du nombre de touristes rentrant au Maroc et insistent sur cet apport de devises qui peut soutenir un plan prévoyant de fortes importations de biens d'équipement pour le développement industriel (SEBBAR H., 1975).

De ce fait, ce plan quinquennal ne réservait au tourisme que 1,4 % du total des programmes d'investissement avec là aussi 92 % des investissements à la charge du secteur privé. Cette période s'est donc caractérisée par une certaine passivité du secteur public vis-à-vis du tourisme dont le développement était laissé à l'initiative du secteur privé.

comme un simple auxiliaire pour équilibrer la balance des paiements mais bel et bien comme «un véritable moteur de développement».

chaîne hôtelière de l'O.N.C.F. se compose de 6 grands ou moyens hôtels à Casablanca, Marrakech, Essaouira, Meknès, Fes et Oujda. Cet Office compte, ajoutés à cette chaîne, 3 autres hôtels à Marrakech, Agadir et Ouarzazate.

La Caisse de Dépôt et de Gestion est le plus important de ces organismes. Avec des capitaux publics, elle s'associe à d'autres groupes ou groupements. Ces filiales peuvent réaliser des programmes touristiques pour ensuite les céder à d'autres sociétés de gestion. C'est le cas de plusieurs implantations sur la côte méditerranéenne qui sont louées à des sociétés étrangères comme le Club Méditerranée. Elles peuvent aussi s'occuper de la gestion comme Maroc Tourist ou la Société Africaine du Tourisme. Le tableau 3 donne une idée des différentes participations de la Caisse de Dépôt et de Gestion.

b) L'Etat intervient aussi au niveau des opérations d'aménagement.

Cette intervention dans des opérations d'aménagement de grande envergure se fait dans le cadre des sociétés nationales d'aménagement touristique de

Société	Région ou domaine d'intervention	% du capital
Maroc Tourisme	Société de gestion	90
Société Africaine de Tourisme : S.A.T.	Cabo Negro	50
S. Im. Al Tair	Cabo Negro	42,9
S. Im. Yasmine	Cabo Negro	34,2
S. Im. Agena	Cabo Negro	44
S.N.A.B.T.	Baie de Tanger	19,9
Groupe Maroc Motels	Fes	100
Société Hôtelière Nador	Nador	50
Société Hôtelière Sidi Harazem	Sidi Harazem	25
Société Chellah Im.	Rabat - Hilton	2
Société Hôtelière Riad	Restinga - Smir	52,3
Cohermy	Moulay Yacoub	29
Somadet	Tanger - Mdiq - Alhoceima	5
S. Im. El Boughaz	Tanger	12
S. Im. Etapex - Fes	Fes	20
S. Im. Etapex - Agadir	Agadir	4,5
S.O.N.A.B.A.	Baie d'Agadir	9,5
Sté Immobilière S. Ifni	Ifni	10
S.I.D.E.S.T.A.	Sahara	10
S.N.A.T.A.	Transport	10

Tableau 3 -

Filiales et participations de la C.D.G. dans le domaine du Tourisme - 1976.
Source: Rapport d'exercice de la C.D.G.

Société	Région ou domaine d'intervention	% du capital détenu par l'O.N.N.T.
Cohermy	Moulay Yacoub	15
Diafa	Société de gestion	64,5
Maroc Tourist	Société de gestion	10
Royal Air Inter	Transport aérien	5
S. Chellah Imm.	Rabat - Hilton	2,4
S. Baie de Tanger	Aménagement Baie de Tanger	19,9
Somadet	Restinga - Mdiq	37,2
S.O.N.A.B.A.	Aménagement Baie d'Agadir	19,5
Sidetsa	Hôtel à Laayoune	35
S.I. Sidi Ifni	Sidi Ifni	10

Tableau 2 - Participation de l'Office National Marocain du Tourisme

1976

certaines régions. Ces sociétés sont créées par la puissance publique et l'Etat y est majoritaire. Tel est le cas de la Société Nationale d'Aménagement Touristique de la Baie de Tanger (S.N.A.B.T.) et de la Société Nationale d'Aménagement Touristique de la Baie d'Agadir (S.O.N.A.B.A.).

Sans anticiper sur les exemples régionaux, on peut exposer rapidement le cas de la S.O.N.A.B.A., pour illustrer cette forme d'intervention. Cette société a été constituée le 4 août 1973 pour une durée de 50 ans avec un capital de 20 millions de dirhams. Les principaux actionnaires en sont : l'Etat marocain qui est majoritaire, l'O.N.M.T., la Caisse de Dépôt et de Gestion, la Banque Nationale pour le Développement Economique, le Crédit Immobilier et Hôtelier, Maroc Tourist, la Société Hôtelière Diafa et la S.N.A.B.T. Son objet principal est «d'exécuter les prévisions d'aménagement et de réaliser la mise en valeur de la baie». Elle peut acquérir les terrains nécessaires, passer avec l'Etat, les collectivités locales, les établissements ou organismes publics, toutes les conventions nécessaires. Elle peut à son tour participer ou organiser la constitution d'autres sociétés, valoriser les terrains, etc ... Elle compte intervenir sur un espace long de 80 km de part et d'autre d'Agadir et profond de 10 km pour la création de cinq unités d'aménagement touristique dont la première Founty est déjà en cours de réalisation. Le coût total

du projet de la baie est estimé à 150 millions de dirhams dont le financement est assuré comme suit :

Prêt de la BIRD	64,5 millions
Prêt du Gouvernement marocain	34,6 millions
Avance du Trésor	30,0 millions
Capital	20,0 millions

Ceci nous donne une idée approximative sur le volume des capitaux que l'Etat mobilise directement ou indirectement par le biais de ces organismes pour développer le secteur du tourisme. Mais ceci souligne aussi l'étroit contrôle de l'Etat sur les investissements. En effet, étant présent dans ces sociétés, il assure un contrôle de l'exécution des orientations du plan, lequel prévoit des zones à aménagement prioritaire. A ce propos on peut opposer le Maroc à la Tunisie où semble-t-il le secteur privé, dominé par des intérêts étrangers, a été assez libre d'agir et de choisir ses emplacements.

Mais cette planification même établie par l'Etat n'obéit-elle pas, au moins indirectement, à des critères particuliers plus ou moins dictés par les préférences de la clientèle étrangère ?

2) - Les incitations aux investisseurs privés

L'intervention de l'Etat revêt aussi une deuxième forme : il s'agit des efforts consentis par les pouvoirs publics pour attirer les capitaux privés nationaux ou étrangers vers le secteur touristique et ce à coup de primes et d'exonérations d'impôts. L'ensemble des mesures d'incitation visait tout d'abord le secteur hôtelier (code des investissements de 1965) pour être étendu ensuite à d'autres secteurs dont l'équipement para-hôtelier et le transport touristique (code de 1973).

a) Le premier code des investissements touristiques.

Entré en vigueur à partir de 1965, il offrait des avantages aux constructions et équipements des unités d'hébergement mais prévoyait aussi des dispositions fiscales en faveur de la gestion. Ces avantages étaient les suivants :

- La réduction du droit d'enregistrement du capital lors de la constitution des sociétés ou lors d'une augmentation du capital. Ce droit est ramené de 1,5 % à 0,5 %.
- Une participation de l'Etat à fonds perdus sous forme d'une prime d'équipement qui était de 20 % dans la «zone touristique à aménager en priorité» de Tanger et de 15 % dans les autres Z.A.P.
- Des facilités de crédit fournies par le C.I.H. qui pouvait avancer jusqu'à 60 % du montant de l'investissement.
- Exonérations des droits de douane sur les biens d'équipement importés et que l'industrie locale ne peut fabriquer à prix et qualités égaux.
- Exonération de la surtaxe en cas d'apports d'immeubles ou de droits immobiliers et, pour cinq ans, de la patente.
- Garantie de stabilité fiscale pendant 10 ans.
- Garantie de retransfert des capitaux investis et des bénéfices.

Les promoteurs étrangers peuvent transférer les bénéfices annuels ainsi que le capital dans le cas d'une liquidation même si le capital est supérieur au capital investi.

Telles étaient les mesures d'encouragement suscitées par la priorité accordée au tourisme et qui expliquent en grande partie le développement spectaculaire de l'hôtellerie après 1965.

b) Le nouveau code de 1973

Le nouveau code de 1973 modifie légèrement ces avantages. Il touche désormais d'autres secteurs du tourisme en s'étendant à toutes les entreprises ayant pour objet la construction, l'équipement et/ou la gestion des unités d'hébergement, la réfection et l'équipement d'hôtels non encore classés, le transport touristique, l'exploitation de bateaux de plaisance et l'organisation de chasse ou de pêche touristique. Il supprime la prime d'équipement qui était consentie par l'Etat mais pour la remplacer par une avance de l'Etat à taux d'intérêt nul.

Après ces modifications, les principaux avantages consentis par ce code peuvent être résumés comme suit :

- Droit d'enregistrement maintenu à 0,5 %
- Exonération de la taxe sur les produits pour les biens d'équipement.
- Exonération de l'impôt des patentes
- Transfert des bénéfices et retransfert du capital
- Taux d'intérêt des prêts accordés par le C.I.H. fixé à 4,5 %
- Avance consentie par l'Etat égale à 15 % du montant de l'investissement sur 10 ans sans intérêt avec un délai de grâce de 5 ans
- Exonération totale ou de 50 % de l'impôt sur les bénéfices professionnels pendant 10 ans selon les régions d'im-

plantation. Les régions qui bénéficient de l'exonération totale sont les provinces de Tarfaya, Errachidia, Oujda, Nador, Taza, El Jadida, Settat, Beni Mellal, Safi.

Avec cet arsenal de mesures d'encouragement d'un côté et les interventions directes de l'Etat de l'autre, les investissements dans l'hôtellerie et l'infrastructure touristique ont absorbé durant le plan 1965-1967, 337 millions de Dirhams avec un taux de réalisation de 99 %. En dépit des résultats peu satisfaisants et notamment un accroissement des entrées de touristes qui n'a pas dépassé 5 % au cours de cette période, le Plan Quinquennal 68-72 accorde encore plus d'importance au tourisme en portant à 542 millions de Dirhams le montant des investissements touristiques.

Les primes d'équipement accordées au cours de ce plan ont atteint 58 930 000 Dirhams et les crédits accordés par le C.I.H. 206 971 000 Dirhams. Quant au Plan 1973-1977, il a réparti la somme globale de 242 544 000 Dirhams comme suit :

Equipement	2 000 000
Hébergement	77 800 000
Formation professionnelle	7 744 000
Aménagement et viabilisation	87 000 000
Etudes	7 000 000
Publicité	60 000 000
Animation	1 000 000

3) - L'accent mis sur le tourisme balnéaire

L'étude des vocations touristiques du pays a mis l'accent sur la grande variété du potentiel touristique qui prédispose le Maroc à un tourisme plus varié contrairement à la Tunisie qui se trouve contrainte à un tourisme de séjour balnéaire exclusif. Cependant, l'examen des différentes mesures prises pour encourager le tourisme met en évidence la volonté des planificateurs d'insister sur le tourisme balnéaire.

Le premier plan qui a marqué l'apparition du tourisme comme priorité, a délimité cinq «zones à Aménagement Touristique Prioritaire» (Z.A.P.). Les avantages exposés plus haut ainsi que les investissements publics étaient réservés aux projets qui se localisaient dans ces zones. Or mise à part la zone du Grand Sud, les quatre autres zones, Tanger, Smir, Al Hoceima, et Agadir, ont une localisation littorale. Ce plan, qui ne retenait donc qu'une zone fréquentée par le tourisme itinérant, va concentrer tous les efforts sur le tourisme balnéaire. En effet, après les deux premières années du plan, Tanger qui pouvait bénéficier d'une prime d'équipement de 20 % augmente sa capacité d'accueil de 50 % et la côte méditerranéenne - Tanger compris - devenait la première région touristique du pays par sa capacité d'accueil qui concentrait 32,5 % des lits hôteliers.

C'est aussi dans les régions littorales que l'Etat intervient le plus et directement en tant que promoteur et constructeur et ce par le biais de la Caisse de Dépôt et de Gestion, puisque 75 % des investissements touristiques de cet organisme sont localisés

Ces chiffres amènent les constatations suivantes :

- L'option pour l'expansion du tourisme s'est bien confirmée au cours des différents plans
- Ces investissements touristiques sont d'un coût très élevé contrairement à l'opinion répandue, et relative aux faibles coûts de ce secteur
- Une analogie est à établir avec la Tunisie qui a élaboré aussi une série de mesures pour attirer l'argent des promoteurs. Les charges relatives aux différentes aides au secteur touristique ont été estimées à 25 % du coût global (CHOUHANE H., 1974)
- Le tourisme se révèle ainsi comme l'un des secteurs économiques les plus subventionnés. Et on est tenté de conclure, à l'instar de certains économistes, que les contribuables d'un pays pauvre subventionnent les vacances des citoyens favorisés de la population européenne (BUGNICOURT J., 1975).

dans des zones balnéaires (indiquées dans le tableau 3).

Les deux grandes sociétés d'aménagement touristique, la S.N.A.B.T. et la S.O.N.A.B.A. ont comme champs d'action des littoraux. Dans les deux cas, les superficies couvertes sont assez importantes : 12 000 ha pour la baie de Tanger et 60 km sur 10 km pour la baie d'Agadir. Cette dernière qui fait l'objet du plus vaste projet, verra sa capacité hôtelière portée à 19 640 lits après la réalisation des 5 «Unités d'Aménagement Touristique».

Enfin, d'autres projets de grande ampleur, soit déjà avancés comme le complexe Marsa-Smir (7 000 lits de villas, bungalows, chalets, appartements et hôtels autour d'un port de plaisance de type «Marina») soit «en sommeil» comme le club Méditerranée de Sidi Ifni, ont aussi une localisation littorale.

Cet accent mis sur le littoral risque d'entraîner des déséquilibres entre le littoral et l'intérieur, à l'image de ce qui est arrivé en Tunisie. En effet, on peut dès maintenant annoncer que la localisation balnéaire, les superficies considérables et les fortes capacités projetées nous rapprochent de plus en plus du type de tourisme tunisien et de ses conséquences spatiales. C'est peut-être ce risque de déséquilibre qui a poussé les auteurs du Code des Investissements de 1973 à inscrire comme zones prioritaires les provinces de l'intérieur qui ont été défavorisées par les plans précédents. Néanmoins, les avantages consentis au

profit de ces zones sont moins tentants que ceux

inscrits au profit des zones balnéaires.

CONCLUSION

LES FACTEURS EXTERNES DU TOURISME INTERNATIONAL AU MAROC

La priorité accordée au tourisme trouve sa justification officielle dans les plans successifs qui insistent sur l'intérêt de ce secteur comme moyen de développement. Il n'est pas de notre propos ici de discuter de la rentabilité de ces investissements ni de démontrer que ce transfert de devises des pays riches vers le Maroc repart immédiatement par le biais des achats de biens d'équipements nécessaires à ce même tourisme. Des études d'économistes ont largement développé cet aspect pour d'autres pays, notamment la Tunisie, et dernièrement pour le Maroc. En effet, il a été démontré que « le Maroc recevait, annuellement, de 1968 à 1971, de quoi financer les voyages de ses résidents à l'étranger et les dépenses en devises étrangères occasionnées par le fonctionnement de l'activité touristique. Les devises acquises ne pouvaient donc pas servir au financement de l'industrialisation du pays. Ainsi, le tourisme n'a-t-il fait que créer sa propre base d'expansion, sans pour autant

aider à la création de la structure de développement du Maroc ». (SEBBAR H., 1972).

Par contre, pour une approche spatiale du tourisme, on peut s'interroger sur cette **priorité accordée au tourisme balnéaire** alors que tout plaide en faveur d'un tourisme plus varié qui mettrait l'accent sur le tourisme itinérant de type culturel.

La raison principale de ce choix semble résider dans le désir de répondre à une **demande pressante du tourisme international en espaces balnéaires**. En effet, si des facteurs internes expliquent le choix du tourisme comme secteur prioritaire, d'autres facteurs essentiellement externes expliquent son évolution actuelle qui se fait vers le tourisme balnéaire. Un premier aspect de cette orientation ayant été souligné à travers la planification officielle, d'autres aspects seront abordés à travers les flux touristiques.

A - Un afflux croissant mais irrégulier

1) - Un boom touristique

Quand on examine les statistiques touristiques, on est frappé par la croissance fulgurante des entrées de touristes au Maroc pendant les dix dernières années. De 150 000 entrées en 1961, à 1 225 000 entrées en 1973, le Maroc enregistre un accroissement impressionnant de 717 % en 12 ans. Cette même année 1973, les seuls mois de juillet, août et septembre reçoivent plus de 500 000 touristes soit plus que toutes les entrées des deux années 1962-1963.

Quoi de plus éloquent pour illustrer la réussite d'une politique touristique ? Dans tout le pourtour méditerranéen, il n'y a que la Tunisie qui arrive à devancer souvent le Maroc quant aux taux d'accroissement annuels (tableau 6).

Certaines années, le Maroc rattrape et dépasse ce pays qui est passé en tête de la Méditerranée pour le taux d'accroissement en 1971 alors que, pour les valeurs absolues, le Maroc dépasse nettement la Tunisie. Cela souligne la brusquerie avec laquelle les vagues successives de touristes ont déferlé sur les deux pays qui n'étaient pas du tout préparés, les premières années du décollage, à recevoir tout ce monde. Cette irruption brutale qui s'est accompagnée d'un accroissement rapide peut être talée à travers une comparaison avec l'Espagne, qui s'est installée précocement et sûrement sur le marché touristique. Sans de rares années, l'accroissement annuel est toujours plus élevé au Maroc et en Tunisie qu'il ne l'est en Espagne.

Ces taux sont très élevés dans le monde où, dans les deux pays magico-éblouis, on est parti de chiffres très bas. Ceci est plus net pour la Tunisie mais la constatation vaut aussi pour le Maroc.

Ces taux sont très élevés dans le monde où, dans les deux pays magico-éblouis, on est parti de chiffres très bas. Ceci est plus net pour la Tunisie mais la constatation vaut aussi pour le Maroc.

Si on ne considère que les entrées de touristes, on peut donc parler de « boom touristique » pour les deux pays. Un boom qui est récent, soudain et important. Mais sa caractéristique principale semble être son extrême irrégularité.

Si on ne considère que les entrées de touristes, on peut donc parler de « boom touristique » pour les deux pays. Un boom qui est récent, soudain et important. Mais sa caractéristique principale semble être son extrême irrégularité.

En 1964, on relève une véritable stagnation qui dure jusqu'en 1967. Moyens d'hébergement encore insuffisants, effets des premières campagnes publicitaires non encore ressentis, et surtout une conjoncture internationale peu favorable expliquent ce démarrage très lent. En outre, le Maroc ne s'est pas encore affirmé comme un nouveau produit. L'action des organisa-

2) - Un accroissement en dents de scie

La courbe de la figure 9 traduit cette extrême irrégularité et cette évolution saccadée. C'est une série de lignes brisées joignant des creux à des crêtes en passant parfois par des paliers.

De 1962 à 1967, le démarrage est très lent et dure 6 ans. En effet, après la rapide accession de 1962 à

CHAPITRE II

LES FACTEURS EXTERNES DU TOURISME INTERNATIONAL AU MAROC

L'étude de la fréquentation du Maroc par le tourisme international depuis que le plan de 1965 l'a instauré comme secteur prioritaire fournit une première série de facteurs externes qui agissent sur ce tourisme. La présence de plus en plus importante des grandes agences internationales qui commercialisent les voyages touristiques fait de celles-ci un élément moteur de plus en plus décisif.

L'analyse de tous ces facteurs démontre que leur conjonction tend à aligner le tourisme marocain sur les autres tourisms pratiqués dans le bassin méditerranéen et dont la Tunisie est un prototype. De ce fait, le tourisme marocain perd de sa spécificité. Spécificité et évolution du tourisme marocain entraînent des projections spatiales d'un certain style.

I - UN AFFLUX CROISSANT DE TOURISTES SURTOUT EUROPEENS

A - Un afflux croissant mais irrégulier

1) - Un boom touristique

Quand on examine les statistiques touristiques, on est frappé par la croissance fulgurante des entrées de touristes au Maroc pendant les dix dernières années. De 150 000 entrées en 1961, à 1 226 000 entrées en 1973, le Maroc enregistre un accroissement impressionnant de 717 % en 12 ans. Cette même année 1973, les seuls mois de juillet, août et septembre reçoivent plus de 500 000 touristes soit plus que toutes les entrées des deux années 1962-1963.

Quoi de plus éloquent pour illustrer la réussite d'une politique touristique ? Dans tout le pourtour méditerranéen, il n'y a que la Tunisie qui arrive à devancer souvent le Maroc quant aux taux d'accroissement annuels (tableau 4).

Certaines années, le Maroc rattrape et dépasse ce pays qui est passé en tête de la Méditerranée pour le taux d'accroissement en 1971 alors que, pour les valeurs absolues, le Maroc dépasse nettement la Tunisie. Ceci souligne la brutalité avec laquelle les vagues succes-

sives de touristes ont déferlé sur les deux pays qui n'étaient pas du tout préparés, les premières années du décollage, à recevoir tout ce monde. Cette irruption brusque qui s'est accompagnée d'un accroissement rapide peut être saisie à travers une comparaison avec l'Espagne, qui s'est installée précocement et sûrement sur le marché touristique. Sauf de rares années, l'accroissement annuel est toujours plus élevé au Maroc et en Tunisie qu'il ne l'est en Espagne.

Ces taux sont très élevés dans la mesure où, dans les deux pays maghrébins, on est parti de chiffres très bas : ceci est plus net pour la Tunisie mais la constatation vaut aussi pour le Maroc.

Si on ne considère que les entrées de touristes, on peut donc parler de «boom touristique» pour les deux pays. Un boom qui est récent, soudain et important. Mais sa caractéristique principale semble être son extrême irrégularité.

2) - Un accroissement en dents de scie

La courbe de la figure 9 traduit cette extrême irrégularité et cette évolution saccadée. C'est une série de lignes brisées joignant des thalwegs à des crêtes en passant parfois par des paliers.

De 1962 à 1967, le démarrage est très lent et dure 6 ans. En effet, après la rapide ascension de 1962 à

1964, on relève une véritable stagnation qui dure jusqu'en 1967. Moyens d'hébergement encore insuffisants, effets des premières campagnes publicitaires non encore ressentis, et surtout une conjoncture internationale peu favorable expliquent ce démarrage très lent. En outre, le Maroc ne s'est pas encore affirmé comme un nouveau produit. L'action des organisa-

Années	Espagne		Tunisie		Maroc	
	entrées (milliers)	Accrt an %	entrées (milliers)	Accrt an %	entrées (milliers)	Accrt an %
1962	6.390	-	62	-	202	-
1963	7.941	24,3	105	69,4	299	48,0
1964	10.507	32,3	138	31,4	370	23,7
1965	11.080	5,5	166	20,3	359	-3,0
1966	14.443	30,4	218	31,3	414	15,3
1967	14.810	2,5	231	6,0	388	-6,3
1968	16.238	9,6	330	42,9	469	20,9
1969	18.879	16,3	373	13,0	607	29,4
1970	21.267	12,6	411	10,2	700	15,3
1971	23.738	11,6	608	47,9	758	8,2
1972	29.438	24,0	780	28,3	988	30,3
1973	34.500	17,2	722	-7,4	1.226	24,1
1974	30.343	-12,0	716	-8,3	1.052	-14,2
1975	30.122	- 7,3	1.013	41,4	1.027	-2,3

Tableau 4 - Evolution des entrées au Maroc, en Tunisie et en Espagne

Sources: pour l'Espagne et la Tunisie -
Masterplan Touristique
pour le Maroc - Ministère du Tourisme

teurs de voyages internationaux est sur ce point très décisive. En effet, il est indéniable que le véritable démarrage à partir de 1967 coïncide avec l'ouverture à Agadir du premier village du Club Méditerranée. En lançant ce village, le Club lance par la même occasion Agadir et - peut-on dire - le Maroc.

Ce n'est qu'à partir de 1967-68 que l'on peut parler d'un véritable décollage quant aux entrées de touristes au Maroc. A partir de cette année, c'est une courbe ascendante jusqu'en 1973, année qui enregistre le chiffre record de 1 226 000 touristes (moins les croisiéristes : 147 000 et les ressortissants marocains : 115 000). Cette montée vertigineuse comporte cependant des paliers comme en 1971 : 758 000 entrées soit un accroissement par rapport à l'année

précédente de 8,2 % contre 15,3 % pour 1970 et 30,3 % pour 1972.

Enfin à partir de 1973, c'est une véritable chute avec le grand creux de 1976 (903 000 entrées). Depuis cette date, il y a une légère reprise qui dépasse le cap du million (1 062 000 en 1977, 1 112 000 en 1978), mais qui n'atteint pas encore le record de 1973.

Il s'agit donc d'un accroissement rapide et brutal si l'on considère les taux moyens d'accroissement mais si on analyse la courbe dans ses détails, on se rend compte d'une irrégularité constante qui trouve son explication dans l'influence exercée par les différents événements intervenant à l'échelon national ou mondial sur les déplacements des touristes.

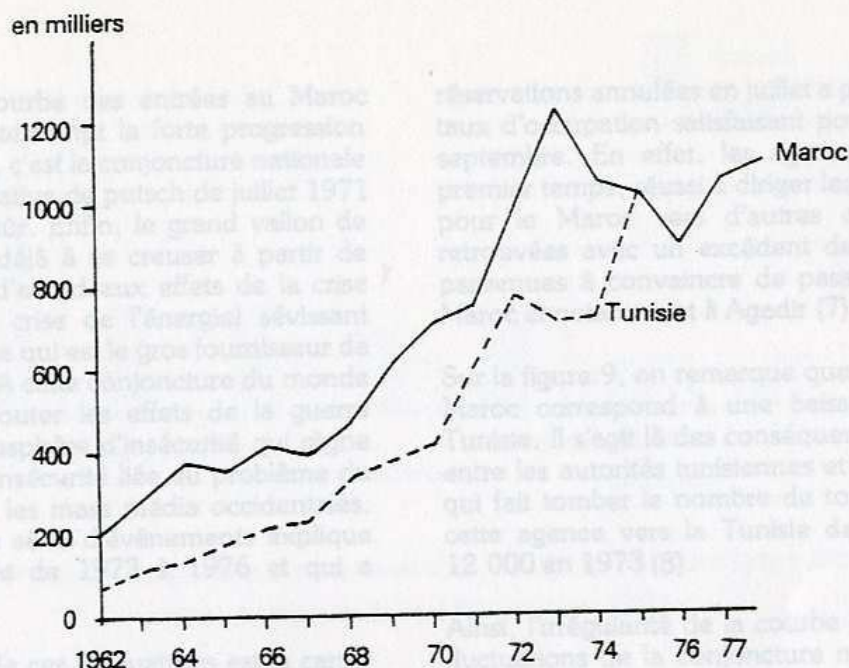


Fig.9 - Entrées des touristes au Maroc et en Tunisie de 1962 à 1977

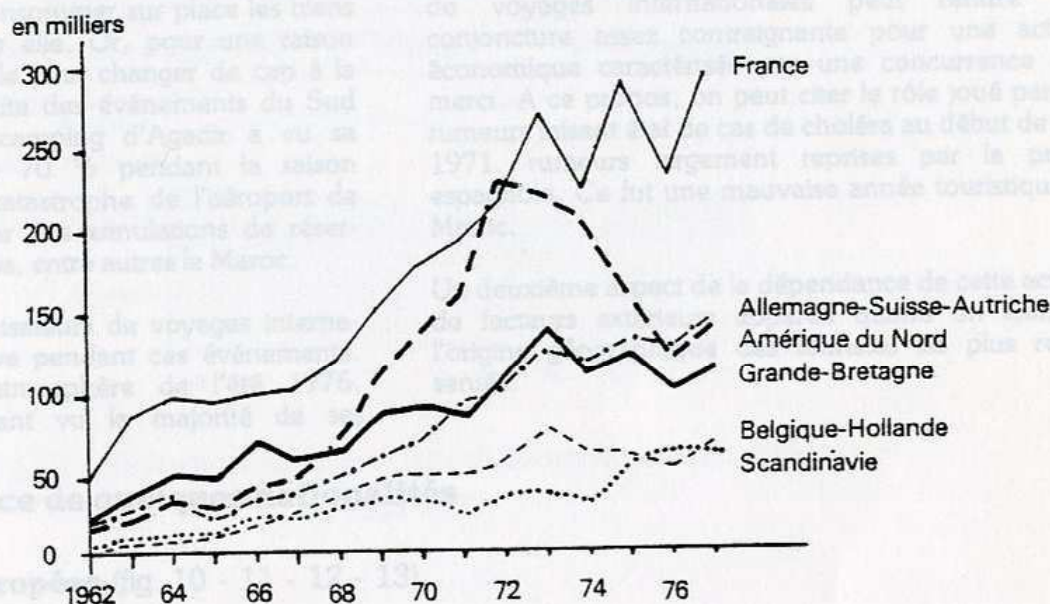


Fig.10 - Entrées des nationalités les plus représentées de 1962 à 1977

3) - Une irrégularité non maîtrisée et dépendante de la conjoncture nationale ou internationale

Ces événements peuvent intervenir au Maroc même, entraînant un sentiment d'insécurité pour les éventuels visiteurs. Ils peuvent également se produire dans la zone d'émission de touristes qui est l'Europe. Enfin, certains événements qui ont lieu même en dehors de ces deux zones peuvent influencer les flux touristiques.

événements nationaux ou internationaux survenus au cours de cette période. C'est le cas de la première chute de 1965 qui survient après le démarrage de 1962-64 et qui coïncide avec les événements qu'a connus le Maroc au cours du printemps 1965. En 1967, la guerre du Moyen-Orient qui éclate à la veille de la saison touristique se fait sentir sur les entrées

son année record, la courbe des entrées au Maroc marque un palier qui interrompt la forte progression 1967-1973. Dans ce cas, c'est la conjoncture nationale marocaine née de la tentative de putsch de juillet 1971 qui rend le Maroc peu sûr. Enfin, le grand vallon de 1976, qui commençait déjà à se creuser à partir de 1974, correspond tout d'abord aux effets de la crise internationale (inflation, crise de l'énergie) sévissant principalement en Europe qui est le gros fournisseur de touristes pour le Maroc. A cette conjoncture du monde occidental viennent s'ajouter les effets de la guerre d'octobre 1973 et l'atmosphère d'insécurité qui règne dans le Sud Marocain, insécurité liée au problème du Sahara et amplifiée par les mass média occidentales. La conjonction de cette série d'événements explique cette baisse considérable de 1973 à 1976 et qui a atteint - 26,3 %.

L'enseignement à tirer de ces fluctuations est le caractère dépendant et vulnérable de ce secteur économique. Un événement imprévu, intérieur ou extérieur, peut avoir des répercussions sur la saison touristique et du coup sur toutes les prévisions concernant les apports du tourisme. C'est là un premier aspect de dépendance vis-à-vis d'une clientèle qui doit forcément se déplacer pour venir consommer sur place les biens et services préparés pour elle. Or, pour une raison imprévisible, cette clientèle peut changer de cap à la dernière minute. A la suite des événements du Sud Marocain en 1976, le camping d'Agadir a vu sa fréquentation baisser de 70 % pendant la saison estivale. De même, la catastrophe de l'aéroport de Ténériffe a été suivie par des annulations de réservations pour plusieurs pays, entre autres le Maroc.

Mais l'attitude des organisateurs de voyages internationaux peut être décisive pendant ces événements. Ainsi, en dépit de l'atmosphère de l'été 1976, l'hôtellerie d'Agadir ayant vu la majorité de ses

réservations annulées en juillet a pourtant enregistré un taux d'occupation satisfaisant pour les mois d'août et septembre. En effet, les agences qui ont, dans un premier temps, réussi à diriger les touristes se désistant pour le Maroc vers d'autres destinations, se sont retrouvées avec un excédent de clients qu'elles sont parvenues à convaincre de passer leurs vacances au Maroc et notamment à Agadir (7).

Sur la figure 9, on remarque que le record de 1973 au Maroc correspond à une baisse très nette pour la Tunisie. Il s'agit là des conséquences d'un malentendu entre les autorités tunisiennes et la firme Neckermann qui fait tomber le nombre de touristes acheminés par cette agence vers la Tunisie de 60 000 en 1972 à 12 000 en 1973 (8).

Ainsi, l'irrégularité de la courbe des entrées traduit les fluctuations de la conjoncture nationale et internationale. La fréquentation touristique au Maroc étant surtout estivale, il suffit qu'un événement survienne à la veille ou au début de l'été pour que la saison touristique soit un échec.

Le rôle indirect des mass média et direct des agences de voyages internationales peut rendre une conjoncture assez contraignante pour une activité économique caractérisée par une concurrence sans merci. A ce propos, on peut citer le rôle joué par des rumeurs faisant état de cas de choléra au début de l'été 1971, rumeurs largement reprises par la presse espagnole. Ce fut une mauvaise année touristique au Maroc.

Un deuxième aspect de la dépendance de cette activité de facteurs extérieurs apparaît quand on examine l'origine géographique des touristes les plus représentés.

B - La prédominance de quelques nationalités

1) - Un monopole européen (fig. 10 - 11 - 12 - 13)

Les vacanciers européens ont toujours constitué plus de 50 % des touristes se rendant au Maroc. C'est là un pourcentage relativement faible si on songe au taux de 78 % que reçoit la Tunisie. Mais le Maroc est-il moins dépendant, que la Tunisie vis-à-vis de l'Europe pour la clientèle touristique ?

En fait, quand on considère la part respective des différentes nationalités que reçoit le Maroc, on se rend compte de la part de plus en plus grande tenue par les pays européens, à savoir la France, la Grande-Bretagne, l'Allemagne, la Suisse, la Belgique, la Hollande, l'Espagne et l'Italie et plus précisément les six premiers pays cités.

Durant les dix dernières années, le pourcentage

occupé par ces six pays européens a varié entre 50 et 60 %. Il n'est descendu au-dessous de 50 % qu'en 1974, année de mauvaise conjoncture européenne. Mais, on observe une tendance à l'augmentation de 1975 à 1978, année qui enregistre plus de 62 %. Quant à la part de l'Europe entière, elle a été en 1978 de presque 80 %. Mais le nombre des entrées est peu révélateur dans la mesure où l'entrée en force de l'Espagne ces dernières années augmente un trafic frontalier rendant ces totaux peu significatifs. Aussi la part des nuitées qui ont été enregistrées en 1978 est plus significative, puisque la part des six pays européens est de 74,1 % et celle de l'Europe de 81,5 %. Avec ces taux on s'approche de la place occupée par les Européens dans le total des nuitées en Tunisie, à savoir 76,4 % en 1961, 87 % en 1965, et

(7) Renseignement recueilli auprès d'un directeur d'hôtel à Agadir

(8) Intervention orale au cours du Séminaire «Tourisme et environnement en Afrique» (Décembre 1974, Tunis) cité par BUGNICOURT J., 1975

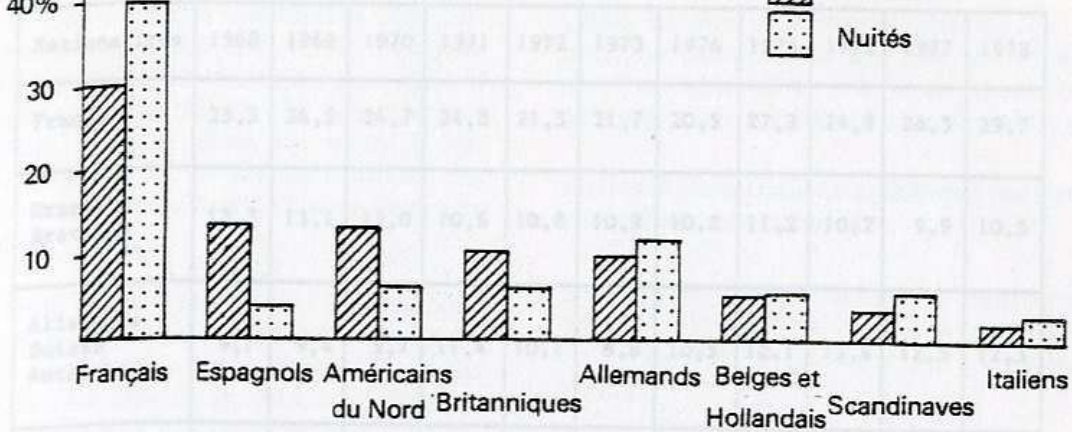


Fig. 11 - Pourcentage des entrées et des nuitées des touristes étrangers ayant séjourné au Maroc en 1978

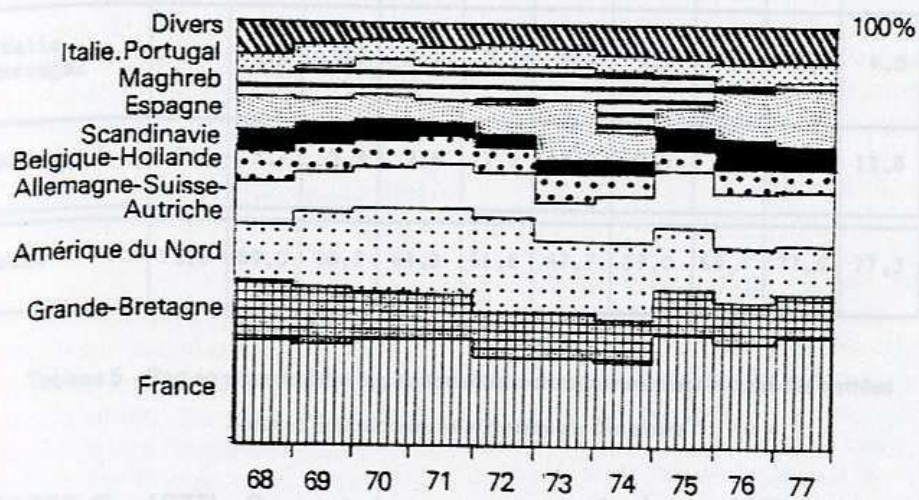


Fig.12 - Evolution de la part des différentes nationalités de 1968 à 1977

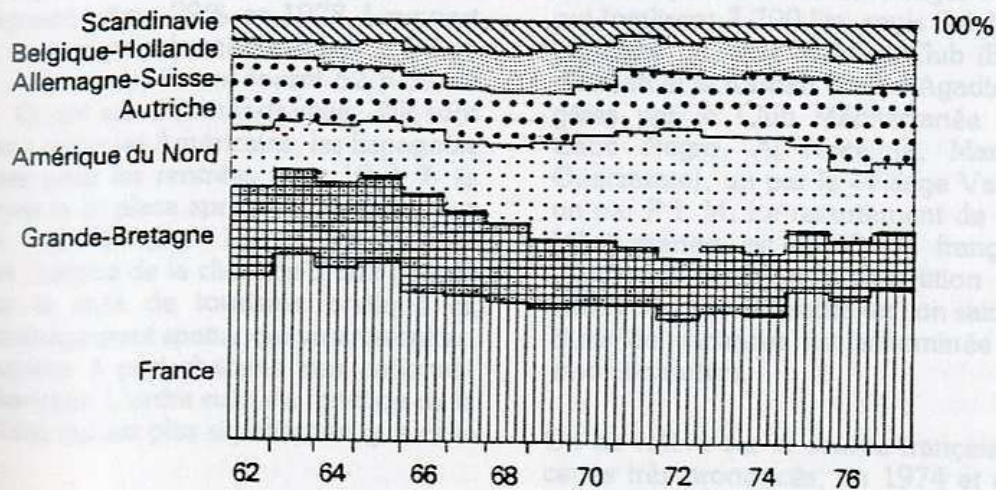


Fig.13 - Evolution de la part des nationalités et groupes de nationalités les plus représentés de 1962 à 1977

Nationalités	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978
France	25,3	24,5	24,7	24,8	21,3	21,7	20,5	27,3	24,9	26,5	29,7
Grande Bretagne	13,7	13,1	12,0	10,6	10,8	10,9	10,2	11,2	10,7	9,9	10,5
Allemagne Suisse Autriche	9,7	9,4	9,7	11,4	10,1	9,8	10,5	12,1	13,4	12,5	12,3
Belgique Hollande	7,0	7,3	6,7	6,1	5,5	5,9	5,4	5,3	5,4	5,7	5,2
Scandinavie	5,6	5,2	4,2	4,7	3,2	2,6	2,7	4,4	6,4	5,1	4,6
Sous-total	61,3	59,5	57,3	55,6	50,9	50,9	49,3	60,3	60,8	59,7	62,3
Italie Portugal	3,8	3,6	3,6	3,1	3,1	2,5	3,1	3,5	4,0	4,0	4,1
Espagne	7,8	5,9	5,9	5,6	7,6	14,3	6,6	4,6	12,8	13,8	13,4
Total	72,9	69,0	66,8	64,3	61,6	67,7	59,0	68,4	77,6	77,5	79,8

Tableau 5 - Part en pourcentage des nationalités européennes dans le total des entrées

Source: Statistiques du Ministère du Tourisme

94,1 % en 1971 (CAZES G., 1975). On peut donc prévoir que, dans les années à venir, la part des pays européens ira en augmentant, en dépit de quelques efforts des départements concernés pour diversifier la clientèle.

Le monopole d'une seule zone d'émission est encore plus net quand on considère les nationalités à part. Les touristes français représentent à peu près le quart de la clientèle, en atteignant même 29% en 1978. Leur part dans le total des nuitées pour la même année a été de 40 %. Avec les Allemands, ils ont fourni 52,5 % du total des nuitées. Quant aux Allemands seuls, s'ils sont encore à la 5^e place après les Américains, les Espagnols et les Britanniques pour les rentrées avec 10,3 % ils occupent désormais la 2^e place après les Français pour les nuitées : + 12 % (fig. 11). C'est là une modification dans l'origine de la clientèle d'une grande importance pour le style de tourisme pratiqué et, partant, pour l'aménagement spatial qui va en résulter. Aussi faut-il examiner à part chacune des nationalités les plus représentées. L'ordre suivi est fonction de la part dans les nuitées qui est plus significative que celle des entrées.

a) La clientèle française domine largement.

La tendance à la baisse qui a été relevée dès 1970 s'est

renversée depuis 1975 (tableau 5). Cette nationalité a été toujours la principale cliente et ce, pour diverses raisons qu'on évoque couramment. Aux liens historiques et traditionnels entre les deux pays, à la facilité de communication, il faudrait ajouter la proximité des deux pays et le pont terrestre que constitue l'Espagne. Mais depuis 1967, il faut évoquer le poids des villages français, pour expliquer cette présence importante des Français. Sur les 12 villages installés au Maroc et qui totalisent 7 700 lits, seuls 3 échappent à la gestion française ; c'est le Holiday Club (Belgique), le Village d'Asilah et le Kasbah Club d'Agadir (Maroc). Sept sont gérés par le Club Méditerranée (Tanger, Restinga, Cabo Negro, Al Hoceima, Marrakech, Agadir et Ouarzazate), un par le «Village Vacances Tourisme» et un par P.L.M. Le recrutement de la clientèle du Club Méditerranée est à 80 % français. Ceci apparaît nettement à travers la répartition des entrées par les différentes voies d'accès, et l'on sait que la clientèle des clubs de vacances est acheminée exclusivement par avions-charters.

On ne relève sur la courbe française que deux creux, certes très prononcés, en 1974 et en 1976. Le poids du Club Méditerranée, à l'organisation «sécurisante» et la proximité des bases de départ qui assure une évacuation rapide en cas de danger peuvent expliquer cette régularité relative du flux français.

L'irrégularité de ce flux est plutôt saisonnière (fig. 20). En général, la fréquentation de la clientèle française marque une pointe estivale. Les mois de juillet, août et septembre enregistrent plus de 45 % des touristes français. Une autre période allant de mars à juin s'individualise en recevant 28 % de ces touristes. Le reste de l'effectif est réparti au cours de l'hiver avec une pointe en décembre.

Les zones qui attirent le plus les touristes français sont Agadir et sa région : 26,6 % des nuitées françaises de 1978, suivie de Marrakech et sa région 21,8 %. Ensuite viennent la côte atlantique nord entre Kénitra et El Jadida 18,6 %, la côte méditerranéenne 15,4 % et enfin Fes et Meknès 10,4 % (9). Les Français qui visitent le Maroc semblent donc partagés entre un tourisme balnéaire : Agadir et la Méditerranée, et un tourisme itinérant dans l'intérieur : Marrakech, Fes-Meknès.

Si les nuitées réalisées dans les villes et centres côtiers dépassent 60 %, ceci ne veut point dire que ce pourcentage concerne le tourisme balnéaire exclusivement. En effet, dans les 18 % de la côte Atlantique figurent les nuitées de Rabat-Casablanca qui sont dues en grande partie au tourisme itinérant ... De même qu'une partie des nuitées d'Agadir est à mettre sur le compte de ce dernier type de tourisme. Néanmoins, la préférence qui va désormais à Agadir suivie de Marrakech, loin devant la Méditerranée, est assez intéressante à souligner.

En fait, le comportement touristique de la clientèle française est assez spécifique quand on le compare au style touristique qui domine chez la clientèle allemande ou scandinave. Depuis toujours, les Français avaient plutôt tendance à pratiquer un tourisme itinérant et individuel. La proximité du Maroc et la possibilité d'utiliser la voiture pour effectuer le voyage via l'Espagne a joué un rôle primordial dans ce sens. On a déjà souligné la différence fondamentale entre le Maroc et la Tunisie quant au rôle de la proximité et le type de tourisme pratiqué (CAZES G., 1975). La Tunisie, éloignée de l'Europe, voit 80 % de ses touristes acheminés par avion. Pour le Maroc une enquête du Ministère du Tourisme, a révélé que 80 % des clients potentiels français contre 50 % des Anglais et Scandinaves et 68 % des Allemands désirent circuler dans le pays en voiture individuelle. Il convient d'ajouter à cela la relative faiblesse d'organisation et de concentration des agences organisatrices de voyages françaises comparée à l'efficacité des marchands de voyages allemands ou scandinaves. De ce fait, la clientèle française, prédominante, a marqué le tourisme marocain par son style itinérant et individuel.

Mais le poids de plus en plus fort des 12 villages de vacances à la clientèle exclusivement française et au tourisme de séjour et de groupe tend à modifier ce comportement. En effet, si l'hôtellerie de luxe (4-5 étoiles) héberge 55 % des nuitées et celle de catégorie moyenne (3 étoiles) 14 % des nuitées, les villages de vacances ont enregistré 20 % des nuitées françaises.

Cette tendance vers le tourisme de groupe et le tourisme balnéaire est accusée par la part grandissante d'autres nationalités dont le comportement touristique est presque exclusivement tourné vers ce style.

b) Les Allemands constituent un exemple de ces nouvelles nationalités.

La part de cette clientèle a augmenté rapidement depuis 10 ans. Partie de 6,3 % en 1969, elle constitue en 1978 9,8 % du total des touristes et 12 % des nuitées.

Dans son tracé de détail, la courbe de cet accroissement suit fidèlement la courbe du total des touristes, tout en étant sensible aux différentes conjonctures.

Pour expliquer ce progrès, il est difficile de faire la part des effets d'une publicité en direction de nouveaux pays et celle de la poussée d'un tourisme allemand qui s'impose partout en Europe et en Méditerranée depuis une quinzaine d'années. Comme on le verra plus loin, les agences allemandes fortes d'une puissance organisationnelle sont de plus en plus actives au Maroc sans pour autant dominer pratiquement le tourisme comme en Tunisie. Elles réclament essentiellement un produit balnéaire, accompagné si possible d'une note désertique (Djerba en Tunisie, ajoute à tout cela l'insularité qui est très recherchée par les Allemands). En effet, quand on examine la répartition régionale des nuitées allemandes, on est frappé par leur concentration dans la région Gadiri : plus de 50 % de ces nuitées. La Méditerranée deuxième région à être fréquentée par les Allemands arrive loin derrière Agadir avec 18,5 % de ces nuitées. Le reste est réparti entre la côte atlantique nord 10,1 %, Marrakech 11,4 % et Fes-Meknès 5,4 %.

La fréquentation saisonnière est également différente de celle de la clientèle française. La figure 20 qui regroupe aussi les Suisses et les Autrichiens, ayant le même comportement touristique, montre bien la répartition assez régulière au cours de l'année ; on note une légère baisse en hiver. La répartition mensuelle des nuitées allemandes suit le même schéma : 6 % en janvier/février et 8 à 10 % le reste de l'année. L'étalement des vacances au cours de l'année et les décalages des vacances scolaires suivant les Länder expliquent cette fréquentation assez bien répartie.

La clientèle allemande se distingue aussi par son style touristique. Arrivant surtout par avions-charters, elle pratique un tourisme de groupe avec des séjours balnéaires. Le fort pourcentage attiré par Agadir est, à cet égard, assez révélateur. La durée de séjour est de deux semaines en moyenne et l'hébergement se fait en grande partie dans des catégories de luxe : 66,6 % des nuitées allemandes de 1978 ont été enregistrées dans des hôtels 4-5 étoiles, 14,4 % dans des hôtels 3 étoiles et 10,2 % dans des villages de vacances. Cependant, une part non négligeable de ces touristes est constituée de jeunes qui pratiquent volontairement le tourisme itinérant individuel, combiné à des séjours balnéaires

surtout dans le Sud.

Mais de manière générale, les Allemands comme les Suisses, les Autrichiens, les Scandinaves et, avec certaines nuances, les Britanniques, pratiquent surtout le tourisme de groupe avec une prédominance de séjours balnéaires.

c) Les Américains du Nord occupent la deuxième place pour les entrées.

Ils arrivent, avec les Espagnols au 2^e rang (13 % du total des nuitées) mais le cèdent aux Allemands si on se réfère au pourcentage des nuitées qui est de 7,2 %. C'est là une nationalité qui a certaines particularités par rapport à la clientèle européenne. Au niveau de l'espace touristique international, les Américains n'ont pas une zone d'influence propre et sont présentés en force partout dans le monde (MIOSSEC J.M., 1976). De 1969 à 1974, leur part dans le total des touristes visitant le Maroc est demeurée assez importante. A partir de 1975, une baisse sensible est à signaler mais ils gardent leur place quant au total des entrées.

Il s'agit surtout de touristes à destination européenne dont le programme de voyage prévoyant la visite de plusieurs pays européens se prolonge par un court séjour au Maroc. Ceci se traduit par la part importante des entrées par voie maritime : 50 % des entrées (fig. 17). Ce sont les excursionnistes qui arrivent de l'Espagne et qui sont enregistrés au port de Tanger. C'est aussi la raison pour laquelle ils sont présents presque toute l'année (fig. 20-21). Enfin, ce «crochet» vers le Maroc donne lieu essentiellement à des visites de Tanger et du Nord (31,3 % des nuitées américaines) et à des circuits vers Marrakech (19,8 % des nuitées) et Fes (9,6 % des nuitées) en raison de la présence des hôtels qui appartenaient à la chaîne Holiday Inn. Un dernier indice de la prédominance du tourisme de circuit apparaît à travers les moyens d'hébergement les plus utilisés : 3,5 % des nuitées dans les villages de vacances contre 74,6 % dans l'hôtellerie 4-5 étoiles.

d) Clientèle touristique traditionnelle du Maroc, la Grande-Bretagne a vu son importance baisser au cours des dix dernières années.

En chiffres absolus, une augmentation lente et parfois stationnaire s'inverse depuis 1973 vers une baisse continue (fig. 14). Quant à la part en pourcentage, c'est à partir de 1970 qu'elle diminue régulièrement (fig. 12-13). Ceci n'est pas spécifique au Maroc car la présence de touristes britanniques a diminué un peu partout dans le monde à cause des difficultés économiques que connaît ce pays.

Le comportement touristique des Britanniques rejoint le style «germanique». La fréquentation mensuelle est répartie de façon assez régulière au cours de l'année avec cependant une légère baisse en hiver (fig. 20-21). Les voyages en groupe et le séjour balnéaire prédominent : 22,4 % des nuitées ont été enregistrées dans les villages de vacances. Cependant, les Britanniques n'ont pas les mêmes préférences que les Allemands quant aux régions touristiques. Alors que

ces derniers se concentrent dans la région d'Agadir, les Britanniques ont de tout temps préféré Tanger et le Nord qui a enregistré 63,3 % des nuitées. Agadir est placée loin derrière avec 12,2 % des nuitées devant Marrakech 8,5 % et Fes-Meknès 3,3 %.

e) Avec 5,2 % du total des nuitées, les Belges et les Hollandais occupent le 5^e rang.

L'augmentation est assez lente et la part stationnaire (fig. 14-15). Ils sont présents en été (48,7 % des nuitées de l'année en juillet, août, septembre) et au printemps (10 % des nuitées en mai). Ils fréquentent principalement les stations balnéaires (21 % des nuitées pour Agadir et 17 % pour la Méditerranée et Tanger) et secondairement les villes dites impériales (11 % pour Marrakech et le même taux pour Rabat et Casablanca). Fes et Meknès sont des villes peu visitées : 3,8 % des nuitées. L'influence du Club Méditerranée en Belgique et la présence du Holiday Club (belge) dans le Nord expliquent la part importante de ce mode d'hébergement qui a totalisé 24,2 % des nuitées (31,2 % des nuitées belges).

f) Les Scandinaves occupent encore une place réduite dans le total des touristes : 4,6 % des entrées.

Le timide accroissement qui est observé à partir de 1965 s'est ralenti vers 1968 pour finir sur une chute jusqu'en 1973. Mais depuis 1974, la courbe se relève avec cependant des hauts et des bas (fig. 10). Les figures 12 et 13 montrent la part encore très faible et très variable de cette clientèle. Mais avec 6,1 % des nuitées, les Scandinaves dépassent les Espagnols qui ont constitué pourtant 13,4 % des entrées en 1978 (fig. 11). Ceci révèle le type de tourisme que pratiquent ces nationalités. Il s'agit essentiellement d'un tourisme de séjour balnéaire puisque 79,4 % de leurs nuitées ont lieu dans des stations balnéaires. Agadir arrive en tête avec 64,6 % de ces nuitées suivie de la côte méditerranéenne 14,8 %. Le tourisme itinérant dans l'intérieur est peu recherché 11,7 % des nuitées à Marrakech et 2,2 % à Fes-Meknès. Les Scandinaves arrivent essentiellement en groupes envoyés par des agences de voyage très puissantes. La fréquentation annuelle est assez bien répartie avec une légère pointe en été. Mais c'est le mois de décembre qui enregistre le plus fort pourcentage de nuitées : 14,4 %.

g) La clientèle espagnole peu représentée autrefois connaît une augmentation importante ces trois dernières années.

En dépit de cela, cette nationalité semble avoir peu d'impact puisqu'avec 13,4 % des entrées, elle n'a fourni que 4,1 % des nuitées. Ceci confirme l'idée d'un trafic frontalier issu de Sebta et Melilla, et en rapport avec l'importante colonie espagnole de Tanger et Casablanca. Bien que la clientèle touristique espagnole ne confie pas encore ses projets de vacances à une agence de voyages, un important Tour Operator «TRUJILLO» est implanté à Sebta. Canalisant surtout le trafic des vacanciers européens de la Costa del Sol,

vers le Maroc, ses bureaux de Sebta et Algeciras s'occupent de plus en plus du marché espagnol. Cette agence envoie ainsi et approximativement 80 000 touristes par an au Maroc (10). Mais la majorité du trafic pénètre peu en profondeur dans le pays. Ceci explique le faible pourcentage des nuitées enregistrées dans l'hôtellerie ainsi que leur concentration à Tanger et dans le Nord (44,1 % des nuitées espagnoles) et à Casablanca (23,4 % des nuitées).

Parmi les autres nationalités que reçoit le Maroc, il faut signaler les Italiens qui prennent de plus en plus d'importance. En dehors de l'Europe, la clientèle des pays du Golfe tend à augmenter ces dernières années. En effet, depuis le déclenchement de la crise libanaise,

le Maroc reçoit une partie de la clientèle arabe de ce pays. Les statistiques officielles recensaient jusqu'à présent les ressortissants arabes dans la rubrique «autres pays», aussi n'est-il point possible de suivre l'évolution de leur part. En tout cas, cette clientèle qui n'a fourni que 0,7 % des entrées de 1978 a consommé 4,2 % des nuitées avec une concentration à Rabat et Casablanca (76,3 % des nuitées de ces nationalités) ce qui laisse supposer l'influence des voyages d'affaires et des congrès.

Ces statistiques ne permettent pas de saisir les places respectives de nationalités qui sont présentes en force ailleurs telles que les Japonais et les Australiens.

2) - Une majorité de catégories à revenu moyen et de jeunes (fig. 14 - 15)

On ne dispose que des données de l'enquête de 1972 (Etude des Conséquences du Tourisme sur l'Economie Nationale), pour être renseignés sur l'origine socio-professionnelle ainsi que sur la structure par âge des touristes. Aussi les remarques qui suivent n'apporteront pas plus que ce qui a déjà été tiré des résultats de cette enquête par M. PÉRÉ (PÉRÉ M., 1972). Néanmoins, il faut insister sur deux idées qui semblent essentielles :

- La plupart des touristes touchés par l'enquête sont constitués par des catégories socio-professionnelles moyennes et des jeunes. Inactifs, cadres moyens et employés constituent 61,3 % des touristes qui ont été interrogés. Les catégories à revenu moyen sont donc majoritaires. Si cette remarque confirme les tendances relevées dès 1967 par J.F. Troin, «Le mouvement touristique s'est ... démocratisé», elle indique surtout que le Maroc est désormais atteint par le tourisme dit de masse. En effet, ces trois catégories constituent 53 % des touristes ayant été hébergés dans l'hôtellerie de luxe, 61 % de ceux ayant été enquêtés dans l'hôtellerie de catégorie moyenne et 49,5 % de ceux ayant séjourné dans les villages de vacances. La diminution du coût des «tout compris» met les hôtels de catégorie supérieure à la portée des classes de revenu moyen et tend à niveler du moins extérieurement différentes classes sociales.

Une réserve importante est à apporter à cette affirmation : ouvriers, agriculteurs, commerçants et artisans ne constituent encore que 11 % de l'échantillon enquêté. Enfin la classe des inactifs regroupe des réalités sociales différentes, allant des retraités aux jeunes étudiants sans moyens financiers, ces derniers touristes frappent par leur importance.

Les moins de 30 ans représentent 44,5 % de l'échantillon de touristes interrogés. Avec la tranche d'âge de 30 à 40 ans, ils constituent 77,3 % du total. Ils constituent, d'autre part, 82,8 % des touristes hébergés dans les hôtels non classés et 74,5 % des campeurs, mais également 58,1 % de ceux ayant été

interrogés dans les villages de vacances et presque 50 % de l'échantillon enquêté dans les hôtels de catégorie 4-5 étoiles. C'est donc le signe de la généralisation de la formule citée plus haut et qui abaissant le coût des voyages touche de plus en plus de jeunes aux moyens limités.

Quand on examine les résultats de l'enquête aux portes d'entrée, on relève que 67,5 % des voyageurs acheminés par avion et touchés par l'enquête sont constitués par cette tranche d'âge. Les touristes âgés de 50 à 60 ans et de plus de 60 ans sont peu nombreux. Ils sont surtout présents dans l'hôtellerie 4/5 étoiles et dans les villages de vacances, avec respectivement 32,5 % et 21,7 % des touristes interrogés dans ces deux modes d'hébergement.

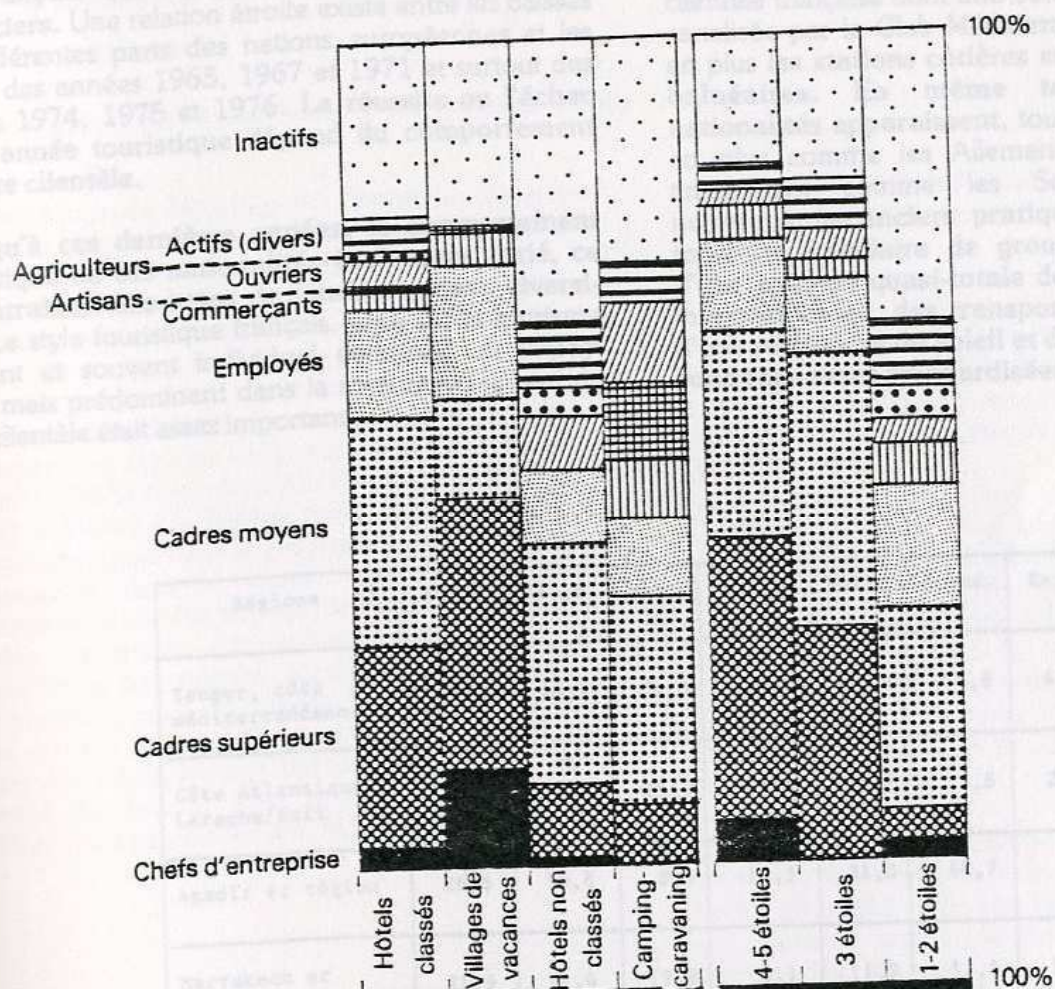
- Mais les catégories supérieures sont relativement bien représentées : chefs d'entreprises et cadres supérieurs constituent 22,3 % des touristes interrogés. Si on leur ajoute les cadres moyens, ils représentent 45,8 %. Ils fréquentent essentiellement l'hôtellerie de luxe (4/5 étoiles) et les villages de vacances. Ainsi, des classes relativement aisées fréquentent aussi le Maroc dans des proportions non négligeables.

En conclusion, il faut insister sur la jeunesse et le revenu moyen des touristes qui se dirigent vers le Maroc. Ceci est à opposer au tourisme aisé qui avait cours sous le Protectorat et pendant les premières années de l'indépendance. Les catégories socio-professionnelles deviennent plus diversifiées et indiquent une emprise de plus en plus grande des agences de voyages et de leurs formules de voyage à bon marché.

Mais c'est la modification au niveau des nationalités qui nous semble la plus déterminante. En effet, de tout ce qui précède, il convient de retenir les trois points suivants :

- le tourisme marocain dépend encore en grande partie de la clientèle européenne et en particulier

**Fig.14 - Structure professionnelle des touristes étrangers
(par mode d'hébergement)**



plus de 60 ans

50 à 60 ans

40 à 50 ans

30 à 40 ans

0 à 30 ans

**Fig.15 - Structure par âges des touristes étrangers
(par mode d'hébergement)**

d'après l'enquête des Conséquences du Tourisme sur l'Economie Nationale

des Français qui représentent plus du quart des vacanciers. Une relation étroite existe entre les baisses des différentes parts des nations européennes et les chutes des années 1965, 1967 et 1971 et surtout des années 1974, 1975 et 1976. La réussite ou l'échec d'une année touristique dépend du comportement de cette clientèle.

Jusqu'à ces dernières années, le comportement touristique de ces nationalités était assez varié, ce qui entraînait des types de tourisme assez diversifiés. Le style touristique français, basé sur le tourisme itinérant et souvent individuel entraînait un impact diffus mais prédominant dans la mesure où la part de cette clientèle était assez importante.

Mais de grandes modifications sont en cours. La clientèle française dont une bonne partie est désormais canalisée par le Club Méditerranée fréquente de plus en plus les stations côtières et s'adonne aux séjours balnéaires. En même temps de nouvelles nationalités apparaissent, tout en s'imposant de plus en plus comme les Allemands ou en augmentant timidement comme les Scandinaves. Or, ces nouveaux vacanciers pratiquent exclusivement le tourisme balnéaire de groupe qui s'accompagne d'une emprise quasi-totale des agences de voyages internationales, des transports en avions-charters, d'une recherche du soleil et de la mer en hiver et de conduites assez standardisées.

Régions	Franç.	Allem.	Amér.	Britan.	Holl.	Scand.	Espagn.
Tanger, côte méditerranéenne	15,4	18,5	31,3	63,3	47,9	14,8	41,2
Côte Atlantique, Larache/Safi	18,6	10,2	28,2	11,4	11,2	5,8	23,4
Agadir et région	26,6	50,8	8,9	12,3	21,0	64,7	7,2
Marrakech et région	21,9	11,4	19,9	8,1	11,9	11,8	16,8
Fes - Meknès	10,4	5,5	9,7	3,3	3,9	2,3	9,8
Grand Sud	6,5	3,3	1,4	1,2	3,7	0,4	1,1
Oriental	0,6	0,3	0,6	0,4	0,4	0,2	0,5
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source: Statistiques du Ministère du Tourisme

Tableau 6 - Répartition régionale des nuitées - en pourcentage - par nationalités en 1978.

Le tableau 6 montre les conduites différentes de ces nationalités à travers la répartition de leurs nuitées par grandes régions. Si on ne retient que le Nord et Agadir comme régions balnéaires, on se rend compte que les Allemands ont consacré 69,3 % de leurs nuitées à ce secteur, les Scandinaves 79,4 %, les Belges et les Hollandais 68,9 % et les Britanniques 75,6 %. Seuls les Américains et les Français y ont consommé moins de 50 % de leurs nuitées. Mais ces mêmes Français ont réservé à cette région 42 % de ces nuitées.

Le Maroc est-il en train de rejoindre le type de tourisme homogène de Tunisie alors qu'il se caractérisait jusqu'à présent par des types de tourisme plus varié ? Si c'est le cas, une des raisons de ce changement réside dans les modifications structurelles et le conditionnement de sa clientèle. Ces nouvelles tendances du tourisme international au Maroc apparaissent aussi à travers les moyens de transport utilisés.

C - Des touristes acheminés de plus en plus par voie aérienne

1) - Evolution de la part des trois voies d'accès

Les statistiques du Ministère du Tourisme distinguent trois voies d'accès des touristes : la voie aérienne, la voie maritime et la voie terrestre. Elles classent les entrées de Bab Sebta et de Bni Anzar dans la voie terrestre alors que la totalité des voyageurs européens rentrant par ces deux postes sont plutôt à verser dans la voie « maritime ». Ceci ne pose pas de problèmes majeurs car dans l'étude des voies d'accès, il convient d'opposer d'un côté les voies terrestres et maritimes et de l'autre côté la voie aérienne. En effet, on a toujours opposé le Maroc à la Tunisie quant au moyen d'accès des touristes, basé dans le premier cas sur la voiture et le bateau et dans le second cas sur l'avion. La prédominance de l'avion est une caractéristique du tourisme de masse aux séjours balnéaires et aux déplacements très réduits, tourisme qui est pratiqué dans plusieurs pays du pourtour méditerranéen. Au Maroc, la proximité de l'Europe a jusqu'à maintenant stimulé des déplacements terrestres avec une courte traversée du détroit. Mais ce schéma connaît des modifications importantes ces dernières années.

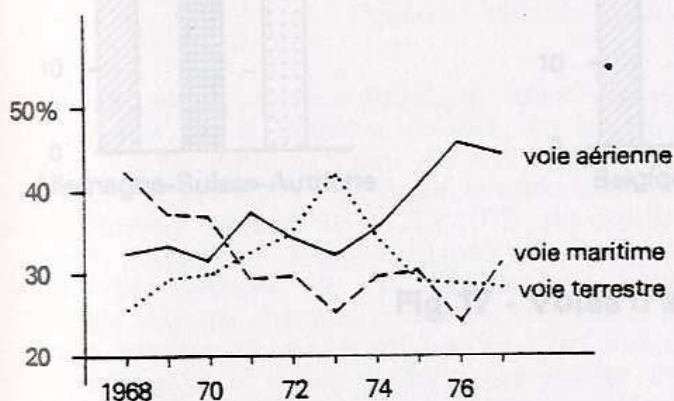


Fig. 16 — Evolution de la part en pourcentage des trois voies d'accès - de 1968 à 1977 -

La figure 16 met en évidence ces modifications. Jusqu'en 1970, la voie maritime arrivait en tête : 42,3 % à 37 % des touristes, suivie de la voie aérienne 31 à 32 % et de la voie terrestre. De 1970 à 1974, c'est la voie terrestre qui prédomine, l'avion gardant toujours sa seconde place. Ces pourcentages ne comptabilisant pas les ressortissants marocains, les postes frontières avec l'Algérie ne peuvent expliquer cette augmentation de la part de la voie terrestre. C'est en fait le poste de Sebta qui essaie de concurrencer Tanger par une multiplication des lignes de ferry-boat, en direction d'Algéciras et de Malaga. Mais dans ces deux cas du transport terrestre et du transport maritime, c'est le même type de vacanciers qui emprunte ces deux voies. Il s'agit de touristes européens et d'Américains visitant l'Europe qui, après avoir traversé l'Espagne par voiture individuelle, autocar ou train, débarquent à Tanger, Sebta et secondairement à Melilla. Jusqu'en 1974 donc, les deux modes de transport, terrestre et

maritime, acheminaient plus de 60 % des touristes, l'avion ne contrôlant qu'entre 31 et 37 % des voyageurs-touristes.

Au cours des trois dernières années, l'avion a acheminé de 40 à 46 % de ces touristes, en dépassant le cap de 50 % en 1978. Il contrôle donc à lui seul la moitié des touristes, et occupe désormais la première place quand on considère les trois modes de transport séparément.

Déjà, depuis 1968, alors que la part des deux autres modes de transport à travers le détroit baissait de 67 % à 62 % (1971) puis 65 % (1972), ou augmentait lentement pour ne jamais dépasser un taux d'accroissement de l'ordre de 5 %, le trafic aérien connaissait tout d'abord une augmentation lente jusqu'en 1973 puis un grand saut avec des taux d'accroissement élevés de 4,7 % en 1974, 13,5 % en 1975 et 14,9 % en 1976.

La tendance à l'utilisation de l'avion comme moyen de transport principal ne s'observe pas chez toutes les nationalités (fig. 17). Les Français arrivent désormais en tête des touristes qui utilisent l'avion pour venir au Maroc : 64 % parmi eux sont entrés par avion en 1977, et ont représenté 33,5 % du total des touristes acheminés par ce mode de transport. L'influence des sept villages du Club Méditerranée explique en partie ce taux élevé. En outre et comme nous le fait remarquer J.F. TROIN, l'entrée de plus en plus importante des Français par la voie aérienne est sans doute due aussi aux coûts croissants du déplacement en voiture individuelle et des étapes en Espagne. Le temps réservé aux loisirs et qui devient de plus en plus court peut expliquer aussi ce besoin de réduire au minimum le temps nécessaire au déplacement. Mais les Français arrivent aussi en tête des voyageurs entrés par terre et par mer : 17,4 %. Les Scandinaves suivent puisque 55 % d'entre eux ont emprunté l'avion. L'éloignement du pays et les courtes vacances de l'hiver expliquent ce taux. Ensuite, arrivent les Allemands, Autrichiens et Suisses dont 48 % ont accédé au Maroc par avion, constituant 13 % des touristes acheminés par voie aérienne. Les Américains par contre arrivent au Maroc surtout par voie maritime : 55 % d'entre eux ont débarqué à Tanger, en provenance de l'Europe. Les Belges et les Hollandais sont très nombreux à voyager en voiture. Quant aux Britanniques, la baisse de leur pouvoir d'achat explique sûrement la prédominance de leur arrivée par voie maritime et terrestre.

Aussi peut-on relever trois types de comportement touristique à travers ces différents modes de transport :

- Le groupe des Allemands et Scandinaves sont acheminés surtout par avion bien qu'une part non négligeable parmi eux utilise les deux autres voies. Ceci

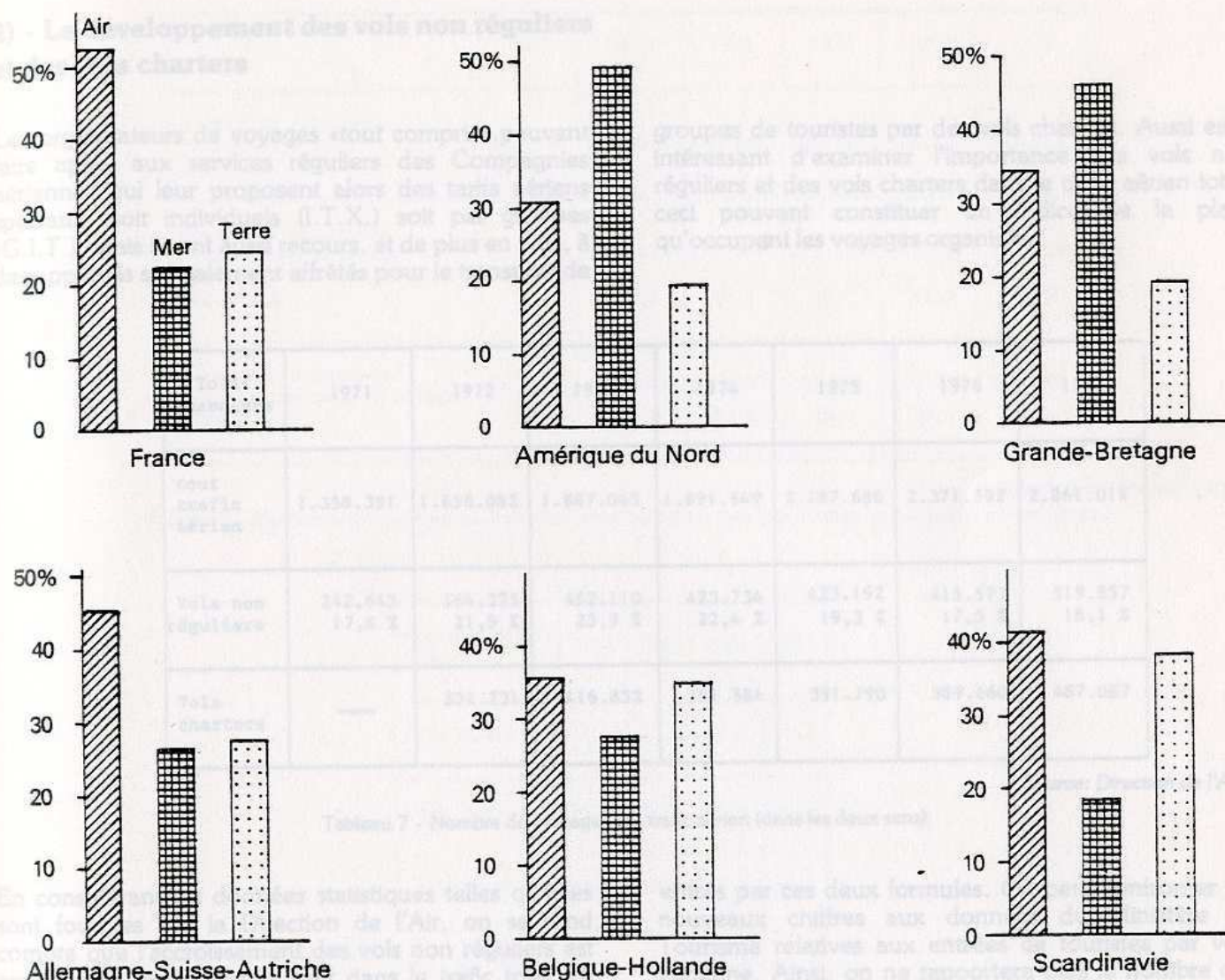


Fig.17 - Voies d'accès par nationalités

est en rapport avec un tourisme de séjour balnéaire dans la mesure où le mode de transport n'est utilisé que pour le transfert de la zone de départ à la zone d'arrivée où le but définitif est une station balnéaire.

- **Le groupe de Nord-Américains** qui arrivent essentiellement par autocar de l'Europe, ce moyen de transport étant également utilisé pour les déplacements dans le pays visité. Ce type de tourisme est basé sur des circuits rapides. A ce type, on peut rattacher le déplacement par voiture individuelle des Belges et Hollandais.

- **Le groupe des Français** qui pratiquent les deux types de tourisme. Des déjourns balnéaires après un voyage aérien et des circuits après un voyage terrestre-maritime par autocar ou voiture individuelle.

Mais la tendance générale reste la prédominance de l'avion qui s'impose de plus en plus et entraîne avec lui un style touristique particulier. En effet, si l'étalement des vacances en Europe et leur fragmentation au cours

de l'année ainsi que la nécessité d'atteindre rapidement des destinations relativement éloignées comme Agadir expliquent en partie l'importance prise par l'avion ces dernières années, une autre raison qui n'exclut pas les autres est décisive. L'importance grandissante de l'avion semble révéler la présence de plus en plus grande des Tours Operators et Agences de voyages européennes dans le tourisme marocain. Le type de tourisme commercialisé par ces agences basé essentiellement sur le balnéaire, la taille des groupes envoyés, les liaisons étroites entre les agences et les Compagnies de transport aérien (CAZES G., 1971) et la recherche d'un abaissement du coût du voyage par une économie d'échelle font de l'avion un moyen de transport privilégié dans ce type de commerce. Aussi, l'augmentation du trafic aérien est due essentiellement au développement des vols non réguliers en direction du Maroc dont la fréquence devient sensible dans les statistiques depuis 1972.

2) - Le développement des vols non réguliers et des vols charters

Les organisateurs de voyages «tout compris» peuvent faire appel aux services réguliers des Compagnies aériennes qui leur proposent alors des tarifs aériens spéciaux, soit individuels (I.T.X.) soit par groupes (G.I.T.). Mais ils ont aussi recours, et de plus en plus, à des appareils spécialement affrétés pour le transport de

groupes de touristes par des vols charters. Aussi est-il intéressant d'examiner l'importance des vols non réguliers et des vols charters dans le trafic aérien total, ceci pouvant constituer un indice de la place qu'occupent les voyages organisés.

Total passagers	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977
tout trafic aérien	1.358.391	1.656.082	1.887.063	1.891.649	2.187.686	2.371.592	2.861.014
Vols non réguliers	242.643 17,8 %	364.225 21,9 %	452.110 23,9 %	423.734 22,4 %	423.192 19,3 %	415.577 17,5 %	519.857 18,1 %
Vols charters	—	331.231	416.832	391.584	391.790	389.660	487.087

Source: Direction de l'Air

Tableau 7 - Nombre de passagers du trafic aérien (dans les deux sens)

En considérant les données statistiques telles qu'elles sont fournies par la Direction de l'Air, on se rend compte que l'accroissement des vols non réguliers est assez faible, mais que sa part dans le trafic total est assez soutenue jusqu'en 1974. En 1973, presque le quart des passagers du trafic aérien total dans les deux sens a été acheminé par des vols réguliers, dont 92 % par des vols charters. Ensuite, la part des vols non réguliers connaît une baisse jusqu'en 1976, baisse en rapport avec la baisse générale des entrées de touristes au Maroc. C'est un pourcentage non négligeable, mais on est encore loin du cas tunisien où le trafic charter contrôle la majorité des touristes. La part du Maroc sur le marché des I.T.C. du bassin méditerranéen demeure d'ailleurs encore faible 1,5 %.

L'Allemagne, la Scandinavie et la Grande-Bretagne, grandes émettrices d'I.T.C. suscitent à elles trois un trafic de passagers I.T.C. dans les deux sens de 9 895 000 vers l'Espagne, 558 000 vers la Tunisie et seulement 170 800 vers le Maroc.

Mais les chiffres du tableau 7 ne peuvent pas rendre compte du poids réel des vols non réguliers et charters dans le trafic touristique aérien, dans la mesure où ils englobent tous les voyageurs entrés au Maroc et ne distinguent pas les touristes. Si on considère que la majorité des voyageurs entrés au Maroc par des vols non réguliers et des vols charters viennent dans le cadre d'un aller-retour, on peut, en divisant les totaux annuels par deux, obtenir le nombre de voyageurs

entrés par ces deux formules. On peut confronter ces nouveaux chiffres aux données du Ministère du Tourisme relatives aux entrées de touristes par voie aérienne. Ainsi, on ne rapportera plus le nombre des passagers entrés par les deux types de vols au total du trafic mais uniquement au total des touristes entrés par voie aérienne. Les résultats obtenus s'éloignent beaucoup de ceux du tableau 7.

On peut donc estimer que la part des touristes acheminés par des vols non réguliers a représenté entre 42 et 52 % du total des touristes arrivés par la voie aérienne. Quant à ceux de ces touristes qui ont utilisé des vols charters, ils ont représenté entre 39 et 48 % de ce total. Il est significatif aussi que la baisse de la part des vols non réguliers coïncide avec la baisse des entrées totales des touristes en 1974, 1975 et 1976. Ce type de tourisme est donc le plus sensible aux conjonctures défavorables.

L'examen de la nationalité des Compagnies charters confirme la prédominance de quelques nationalités européennes. Comme en Tunisie où la Compagnie nationale n'est arrivée à contrôler que 24 % du trafic charter (11), «Royal Air Maroc» n'est concernée que par une part infime de ce trafic bien qu'elle soit supérieure à celle contrôlée par «Tunis Air» et ce en dépit d'une politique peu libérale de la part de la «R.A.M.» et qui suscite même les protestations des professionnels du tourisme (12).

(11) Communication orale au Séminaire «Tourisme, Développement et Environnement en Afrique», Tunis 1974. (Citée par BUGNICOURT J., 1975)

(12) La «vie touristique Africaine», Mars 1977

	1972	1973	1974	1975	1976	1977
Nombre de touristes entrés par voie aérienne	352.176	434.245	429.007	494.437	490.716	573.316
Nombre de voyageurs entrés par vols non réguliers	182.112	226.055	211.867	211.596	207.788	259.928
Part en %	51,7	52,0	49,3	42,7	42,3	45,3
Nombre de voyageurs entrés par vols charters	165.615	208.416	195.792	195.895	194.830	243.543
Part en %	47,0	47,9	45,6	39,6	39,7	42,4

Source: Direction de l'Air

Tableau 8 - Part des vols non réguliers et des vols charters dans le total des entrées de touristes par voie aérienne.

Nationalité des Cies	1974	1975	1976	1977
Cies Maroc.	30,8	27,9	27,8	36,5
Cies Europ.	62,8	67,8	67,4	60,1
dont Fr.	14,4	20,7	14,3	15,5
Esp.	22,4	14,5	16,6	10,1
Scan.	5,5	10,9	17,7	14,0
All.	6,9	9,8	9,8	8,2
Autres Cies	6,4	4,3	4,8	3,4

Source: Direction de l'Air

Tableau 9 - Part en pourcentage des principales compagnies - par nationalités - dans le trafic charter en direction du Maroc.

On retrouve dans ce tableau la prédominance européenne et en particulier celle de la France dont les avions charters «approvisionnent» les Villages Clubs. L'Espagne suit à cause des nombreux vols qui acheminent les visiteurs de ce pays et notamment la clientèle nord-américaine. Les Compagnies allemandes et scandinaves arrivent au 3^e rang avec une nette avance pour les Scandinaves. Ces compagnies occupèrent le premier rang des Compagnies européennes en 1976, en contrôlant 17,7 % du trafic charter vers le Maroc.

En conclusion, il faut souligner que si la part des vols non réguliers est encore faible au sein du total des entrées et ce, à cause de la position du Maroc et de ses

particularités, cette formule contrôle désormais presque la moitié des voyageurs par voie aérienne. Ceci révèle la part de plus en plus grande de la formule des voyages «tout compris» que commercialisent les agences de voyages internationales.

Cette évolution dans les moyens de transport qui trouve son explication à l'extérieur, chez les organisateurs de voyages européens, va avoir des conséquences importantes sur les espaces touristiques qui vont découler de la pratique de ce nouveau tourisme. Mais cette évolution va d'abord apporter quelques modifications au niveau des différentes portes d'accès.

3) - Une spécialisation des portes d'entrées

(fig. 18 - 19)

En 1976 le port de Tanger a enregistré 97,7 % des entrées par mer, alors que 84,9 % des entrées par voie terrestre ont transité par Bab Sebta (tableau 10 et fig.

18). Ces deux postes-frontières ont canalisé de tout temps la majeure partie des voyageurs entrant au Maroc.

	Entrées	Pourcentage
Tanger Aéroport	123 626	21,6 % des entrées par air
Tanger Port	370 666	97,7 % des entrées par mer
Bab Sebta	403 463	84,9 % des entrées par "terre"
Total	897 755	62,8 % du total des entrées

Tableau 10 - les deux grandes portes d'entrées du Maroc

Source: Ministère du Tourisme

Ceci s'explique essentiellement par l'étroitesse du détroit de Gibraltar qui permet des traversées par ferry-boat. Le nombre des navettes quotidiennes varie entre 6 en été et 2 le reste de l'année (Tanger-Algéciras). A ces liaisons il faut ajouter plusieurs navettes (une dizaine par jour) qui relient Sebta à Algéciras. Une ligne rejoignant Sète et essayant de capter les touristes motorisés, fonctionne depuis plusieurs années. Se livrant à une certaine concurrence, Tanger et Sebta se partagent désormais à part presque égale les passagers qui traversent le détroit : 311 088 pour Tanger et 257 774 pour Sebta. Les autres entrées par mer et terre (Melilia 15 000 passagers, Casablanca 10 000, Oujda 20 000, Safi, Kénitra, Agadir et Al Hoceima quelques passagers) étant insignifiantes, on peut dire que Tanger et Sebta voient passer la majorité des touristes itinérants. Ceci se traduit pour Tanger par un taux de fréquentation annuel des hôtels de 30,5 % contre 59 % pour Marrakech et 60,9 % pour Agadir. En effet, Tanger est, avec Sebta, une porte nationale qui redistribue les touristes qui y transitent dans le Sud et l'intérieur, n'en gardant qu'une faible partie.

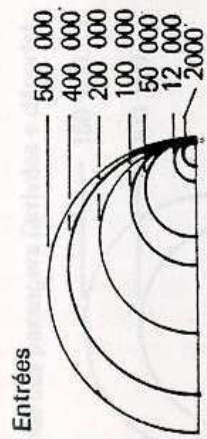
Mais avec le développement du transport aérien et ses différentes formes, d'autres portes d'entrée s'imposent. Grâce à ses fortes capacités d'accueil et sa position centrale, l'aéroport de Casa-Nouasseur arrive en tête (34,7 % des passagers du trafic aérien en 1976). Il est suivi de près par Tanger qui là aussi bénéficie de sa position de tête de pont et qui a contrôlé 21,4 % du trafic. Alors que Casablanca voit passer la clientèle du tourisme d'affaires et du tourisme itinérant, Tanger achemine les groupes des stations méditerranéennes et du tourisme de circuit. Quant à Agadir (16,1 %) et

Marrakech (13,6 %), elles ont surtout une vocation régionale. Enfin Rabat-Salé rejoint le cas de Casa-Nouasseur.

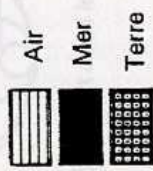
Cette spécialisation régionale apparaît de façon plus nette quand on examine le trafic charter de ces aéroports (fig. 19). Avec 154 628 passagers, Agadir a enregistré 31,7 % du trafic charter en direction du Maroc. Il est bien évident que la majorité de ces touristes n'a pas quitté la région du Sud se contentant d'un séjour balnéaire, combiné à quelques circuits locaux. C'est le cas aussi pour Marrakech avec 25,3 % du trafic charter bien que ces circuits nationaux y soient plus importants. Tanger avec 23,4 % fournit les stations voisines et le Club Méditerranée de Malabata. Al Hoceima, qui ne reçoit que 3 % des passagers-charters, a vu 41 % de son trafic total enregistré sous cette formule. Les 15 000 passagers dans les deux sens ont été acheminés essentiellement vers le Club Méditerranée de la baie qui monopolise de cette sorte le trafic de l'aéroport.

Quant au reste des passagers charters, ils ont été répartis entre Fes, Rabat et Casa-Nouasseur, avec sans doute une forte majorité de touristes qui ont pratiqué du tourisme itinérant.

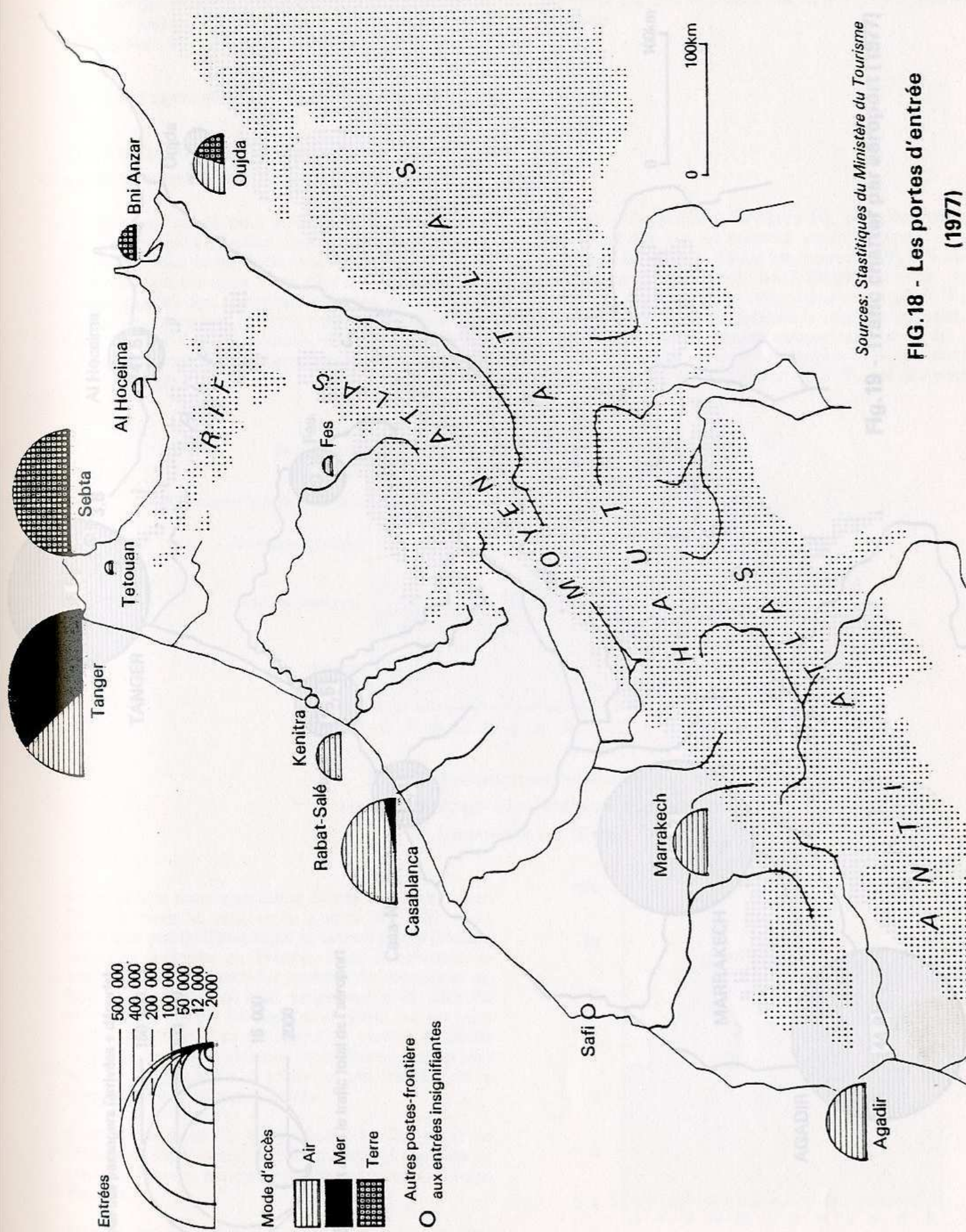
Il y a donc une géographie du transport touristique qui se précise de plus en plus. Bab Sebta et secondairement Rabat-Salé, Casablanca et Fes reçoivent des touristes qui les quittent immédiatement pour d'autres régions. Agadir, Marrakech et surtout Al Hoceima



Mode d'accès

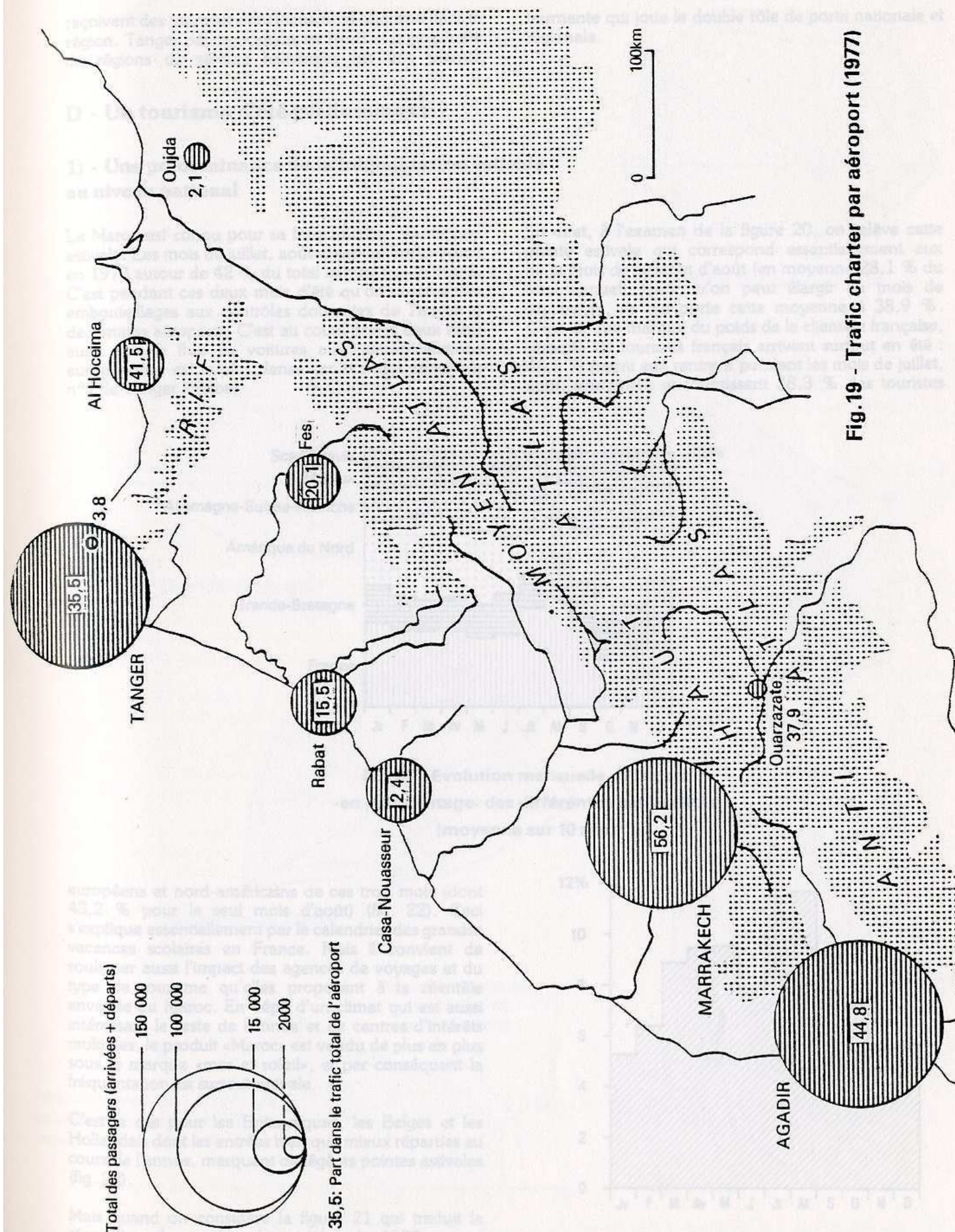


Autres postes-frontière
O aux entrées insignifiantes



Sources: Statistiques du Ministère du Tourisme

FIG.18 - Les portes d'entrée
(1977)



reçoivent des touristes dont la majorité séjourne dans la région. Tanger par sa position au Nord et la proximité de régions de séjours balnéaires est une plaque

tournante qui joue le double rôle de porte nationale et régionale.

D - Un tourisme d'été prédominant ?

1) - Une prédominance de la fréquentation estivale au niveau national

Le Maroc est connu pour sa fréquentation touristique estivale. Les mois de juillet, août et septembre ont reçu en 1973 autour de 42 % du total annuel des touristes. C'est pendant ces deux mois d'été qu'on observe des embouteillages aux contrôles douaniers de Tanger et de certains aéroports. C'est au cours de ces deux mois aussi que le flux de voitures aux immatriculations européennes est le plus dense sur la route principale n°2 de Tanger à Rabat.

En effet, à l'examen de la figure 20, on relève cette pointe estivale qui correspond essentiellement aux deux mois de juillet et d'août (en moyenne 28,1 % du total annuel) mais qu'on peut élargir au mois de septembre, ce qui porte cette moyenne à 38,9 %. C'est là, une marque du poids de la clientèle française, puisque les touristes français arrivent surtout en été : 46,6 % parmi eux rentrent pendant les mois de juillet, août, septembre et fournissent 38,3 % des touristes

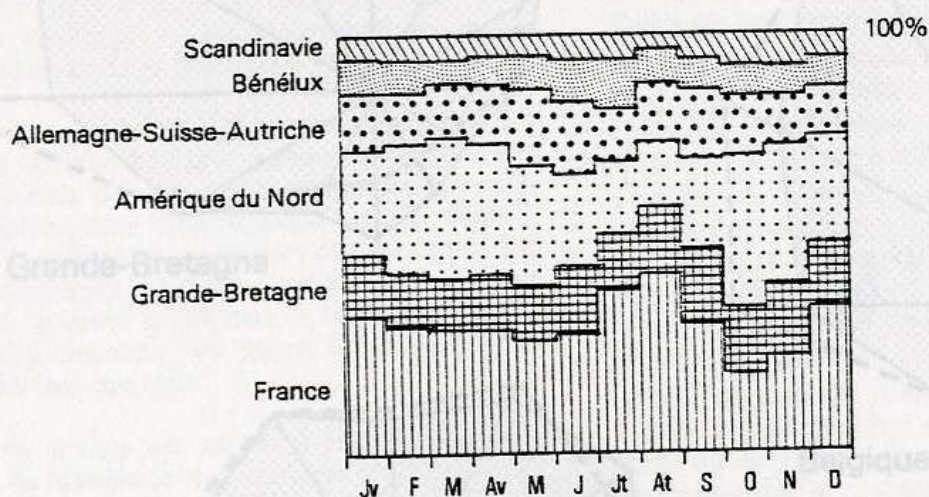


Fig.20 - Evolution mensuelle de la part
-en pourcentage- des différentes nationalités
(moyenne sur 10 ans)

européens et nord-américains de ces trois mois (dont 43,2 % pour le seul mois d'août) (fig. 22). Ceci s'explique essentiellement par le calendrier des grandes vacances scolaires en France. Mais il convient de souligner aussi l'impact des agences de voyages et du type de tourisme qu'elles proposent à la clientèle envoyée au Maroc. En dépit d'un climat qui est aussi intéressant le reste de l'année et de centres d'intérêts multiples, le produit «Maroc» est vendu de plus en plus sous la marque «mer et soleil», et par conséquent la fréquentation est surtout estivale.

C'est le cas pour les Britanniques, les Belges et les Hollandais dont les entrées bien que mieux réparties au cours de l'année, marquent de légères pointes estivales (fig. 22).

Mais quand on considère la figure 21 qui traduit la répartition du nombre des nuitées de 1978 et non seulement le nombre des entrées, on se rend compte d'une deuxième pointe qui correspond au printemps.

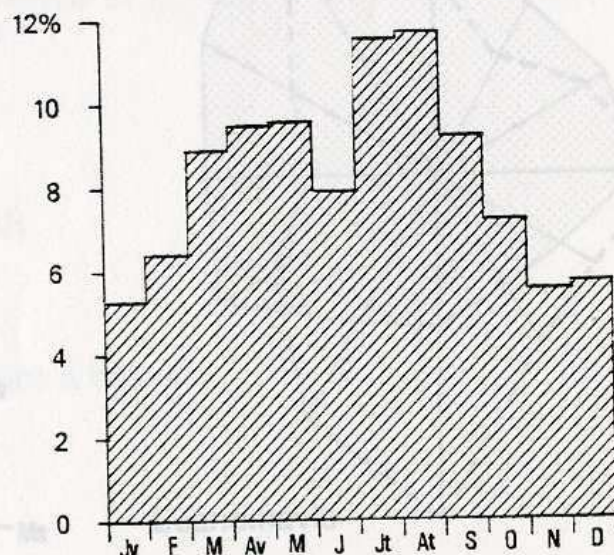
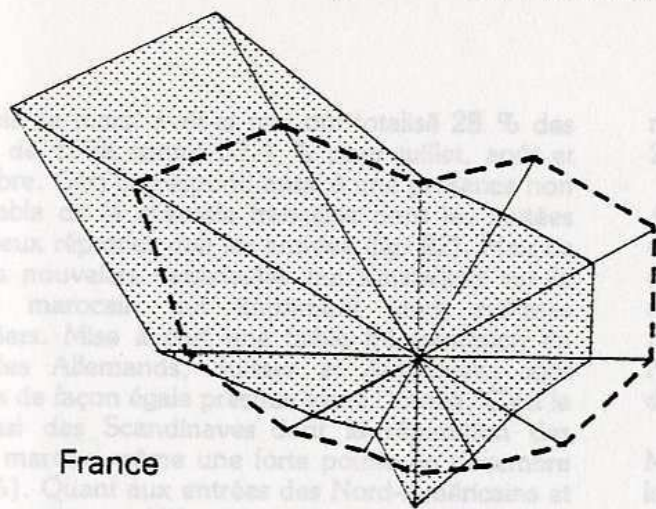
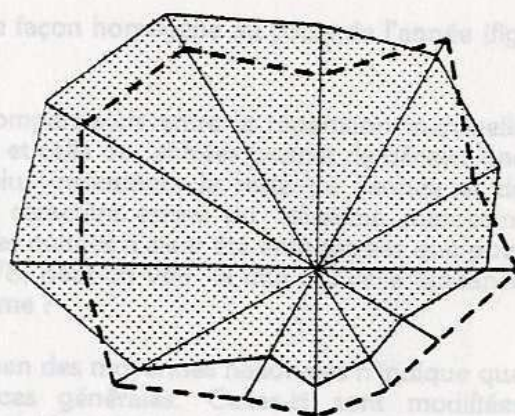


Fig.21 - Répartition mensuelle des nuitées
en 1978

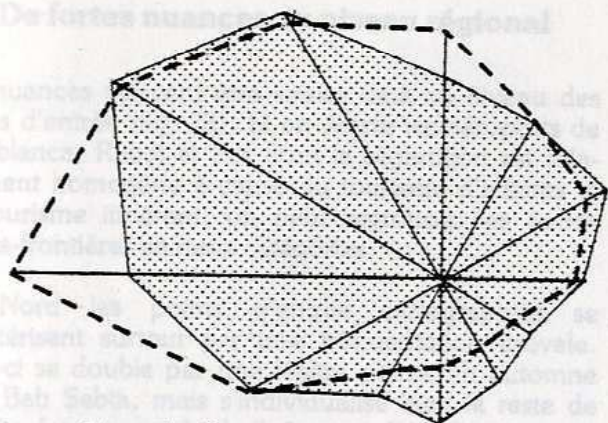
Fig.22 - Fréquentations mensuelles par nationalités



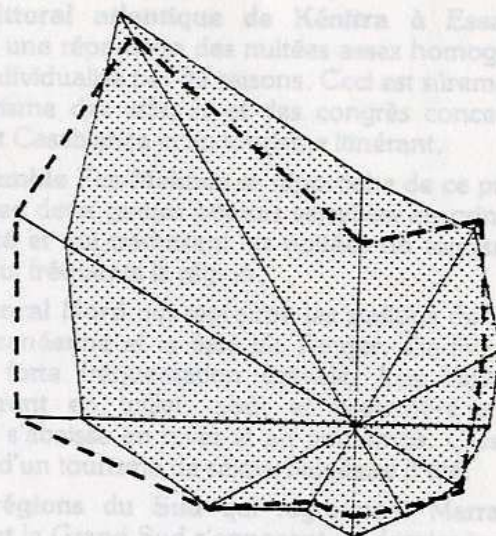
France



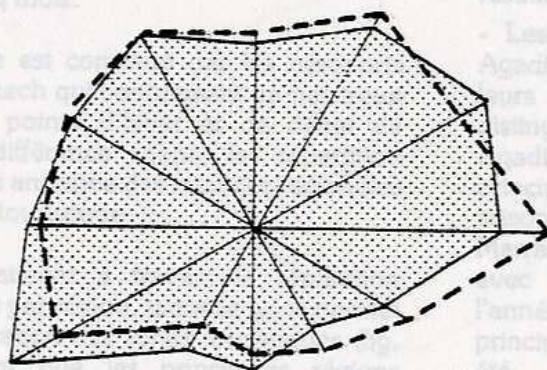
Allemagne-Suisse-Autriche



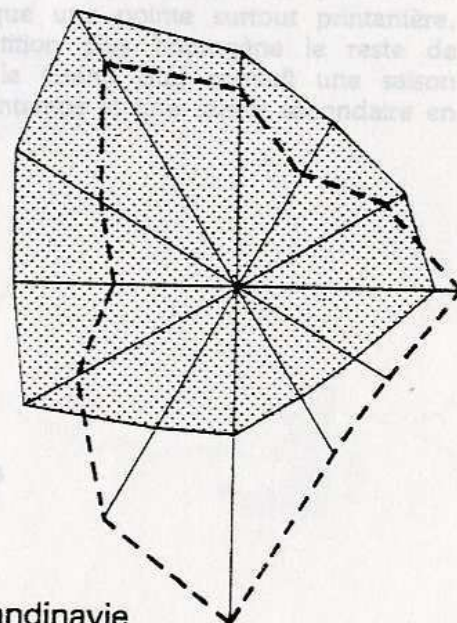
Grande-Bretagne



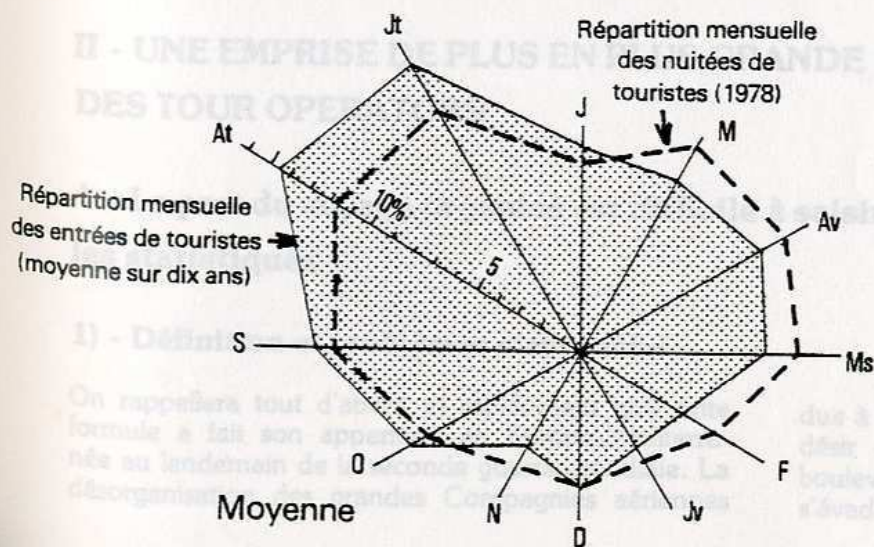
Belgique-Hollande



Amérique-du-Nord



Scandinavie



Moyenne

Les mois de mars, avril et mai ont totalisé 28 % des nuitées de 1978 contre 33,4 % pour juillet, août et septembre. Ceci correspond aussi à une présence non négligeable de la clientèle française dont les nuitées sont mieux réparties que les entrées (fig. 22). Mais ce sont les nouvelles nationalités qui s'installent sur le marché marocain qui impriment leurs rythmes saisonniers. Mise à part une faible fréquentation en hiver, les Allemands, Suisses et Autrichiens sont présents de façon égale presque toute l'année. C'est le cas aussi des Scandinaves dont la répartition des nuitées marque même une forte pointe en décembre (14,4 %). Quant aux entrées des Nord-Américains et pour les raisons déjà citées plus haut, elles sont

réparties de façon homogène au cours de l'année (fig. 22).

Ainsi les comparaisons entre la répartition mensuelle des nuitées et celle des entrées permet de déceler une présence plus importante le reste de l'année et de nuancer le caractère estival du tourisme marocain. Bien que ces nuitées n'aient été enregistrées que pour l'année 1978, peut-on voir là une nouvelle tendance de ce tourisme ?

Mais l'examen des moyennes nationales n'indique que les tendances générales. Celles-ci sont modifiées quand on considère chaque région à part.

2) - De fortes nuances au niveau régional

Les nuances peuvent être saisies déjà au niveau des portes d'entrée (fig. 23). Si on écarte les aéroports de Casablanca, Rabat et Fes dont la répartition est relativement homogène à cause du tourisme d'affaires et du tourisme itinérant, on peut regrouper les autres postes-frontières en deux catégories.

Au Nord les points d'entrée cartographiés se caractérisent surtout par une fréquentation estivale. Celle-ci se double par une légère pointe en automne pour Bab Sebta, mais s'individualise bien le reste de l'année. Le monopole de l'aéroport d'Al Hoceima par le Club Méditerranée se trouve confirmé. Ce club ne fonctionnant qu'entre la fin mai et la fin septembre, l'aéroport d'Al Hoceima voit passer la totalité de son trafic pendant ces cinq mois.

Le deuxième groupe est constitué par les aéroports d'Agadir et de Marrakech qui connaissent un net creux estival et une forte pointe d'hiver et de début de printemps. Cette différence dans la répartition mensuelle des entrées annonce des nuances régionales dans la fréquentation touristique.

Ces nuances apparaissent à travers la répartition mensuelle des nuitées par région, laquelle nous permet une première classification des zones touristiques (fig. 24). En ne retenant que les principales régions fréquentées par le tourisme international, on peut distinguer quatre types de régions :

- **Le littoral atlantique de Kénitra à Essaouira** connaît une répartition des nuitées assez homogène et qui n'individualise pas de saisons. Ceci est sûrement dû au tourisme des affaires et des congrès concentré à Rabat et Casablanca et au tourisme itinérant.

- **L'ensemble Fes-Meknès** se rapproche de ce premier type avec deux petites pointes sensibles au printemps et en été et qui traduisent les nuitées du tourisme de circuit qui fréquente la région.

- **Le littoral Nord** qui regroupe les stations de la côte méditerranéenne et la baie de Tanger, s'individualise par sa forte fréquentation estivale. Les nuitées se concentrent en juillet, août et septembre et leur nombre s'abaisse en hiver et au printemps. C'est là le résultat d'un tourisme de séjour balnéaire d'été.

- **Les régions du Sud** qui regroupent Marrakech, Agadir et le Grand Sud s'opposent au dernier type par leurs fortes pointes d'hiver et de printemps. On peut distinguer des sous-groupes au sein de cet ensemble. Agadir connaît deux saisons touristiques : une saison principale qui correspond à l'hiver-printemps et une saison secondaire qui coïncide avec juillet-août. Marrakech marque une pointe surtout printanière, avec une répartition plus homogène le reste de l'année. Enfin, le Grand Sud connaît une saison principale au printemps et une saison secondaire en été.

II - UNE EMPRISE DE PLUS EN PLUS GRANDE DES TOUR OPERATORS

A - La part du voyage organisé est difficile à saisir à travers les statistiques

1) - Définition et problèmes d'approche

On rappellera tout d'abord et rapidement que cette formule a fait son apparition en Europe-Méditerranée au lendemain de la seconde guerre mondiale. La désorganisation des grandes Compagnies aériennes

due à l'interruption imposée par la guerre, ainsi que le désir des populations des pays ayant souffert des bouleversements et restrictions de la guerre, de s'évader vers les rivages ensoleillés de la Méditerranée,

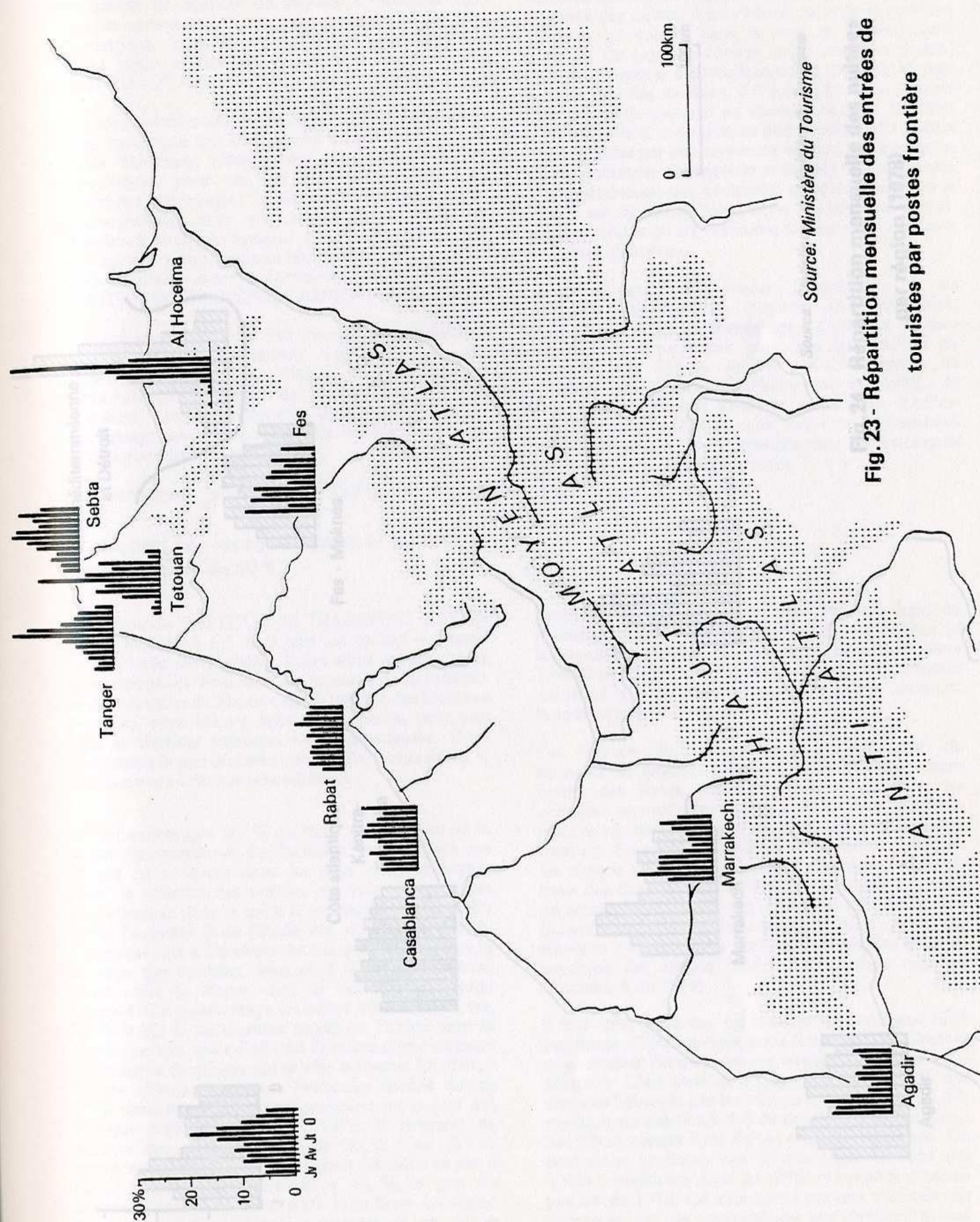


Fig. 23 - Répartition mensuelle des entrées de touristes par postes frontière

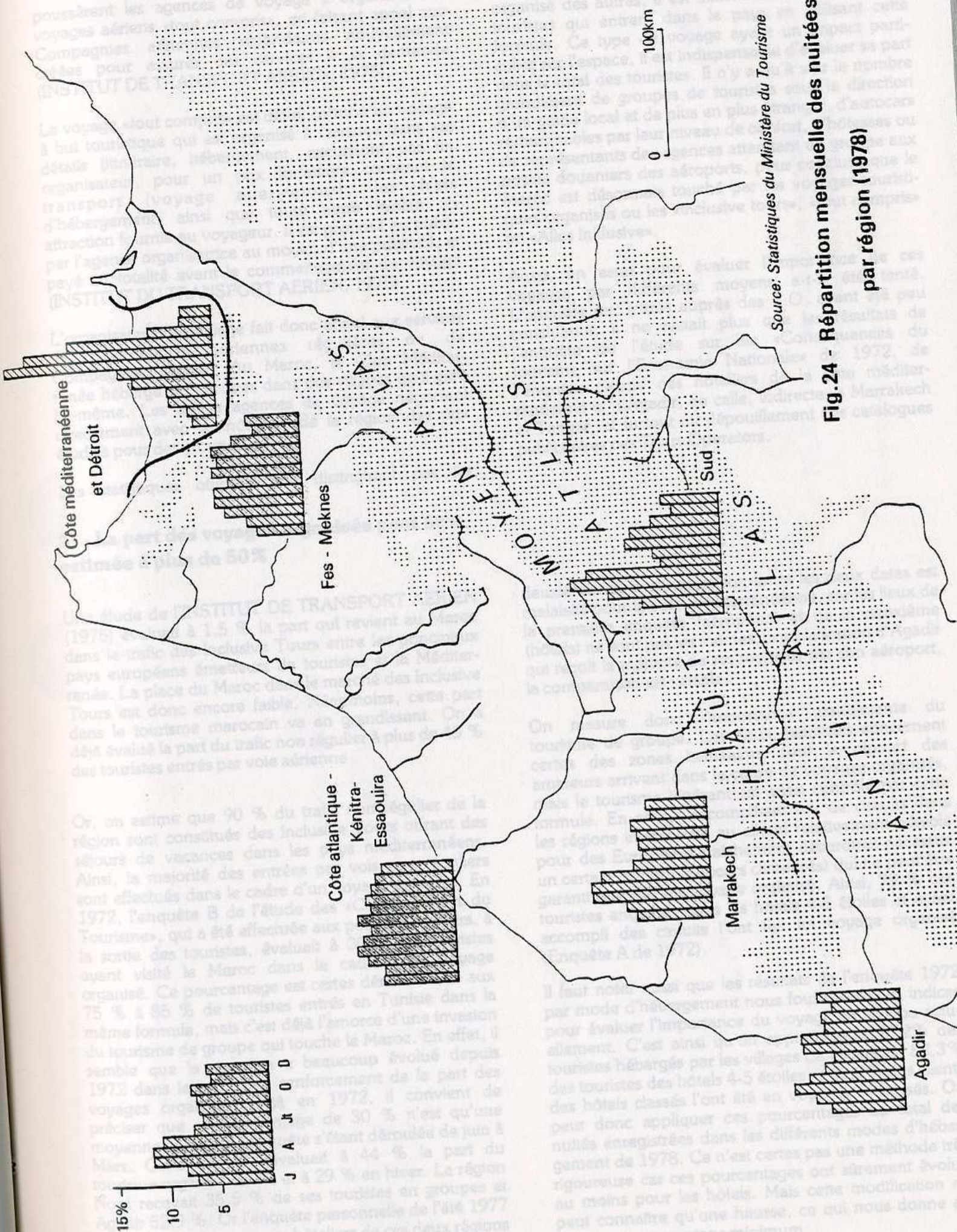


Fig.24 - Répartition mensuelle des nuitées
par région (1978)

poussèrent les agences de voyage à organiser des voyages aériens «tout compris», en faisant appel aux Compagnies aériennes secondaires nouvellement créées pour assurer des services à la demande (INSTITUT DE TRANSPORT AERIEN, 1975).

Le voyage «tout compris» est défini comme un voyage à but touristique qui est organisé à l'avance dans ses détails (itinéraire, hébergement, excursion) par un organisateur, pour un prix forfaitaire couvrant le transport (voyage aller-retour), les frais d'hébergement, ainsi que toute autre facilité ou attraction fournie au voyageur. Il est proposé au public par l'agence organisatrice au moyen d'une publicité, et payé en totalité avant le commencement du voyage (INSTITUT DU TRANSPORT AERIEN, 1975).

L'organisateur du voyage fait donc appel aux services de Compagnies aériennes régulières ou de Compagnies charter. Au Maroc, le Club Méditerranée héberge ses groupes dans des villages qu'il gère lui-même. Les autres agences de voyage négocient directement avec les hôteliers de la région des prix étudiés pour des groupes.

Les statistiques officielles ne distinguant pas les

2) - La part des voyages organisés peut être estimée à plus de 50%

Une étude de l'INSTITUT DE TRANSPORT AERIEN (1975) évaluait à 1,5 % la part qui revient au Maroc dans le trafic des Inclusive Tours entre les principaux pays européens émetteurs de touristes et la Méditerranée. La place du Maroc dans le marché des Inclusive Tours est donc encore faible. Néanmoins, cette part dans le tourisme marocain va en grandissant. On a déjà évalué la part du trafic non régulier à plus de 45 % des touristes entrés par voie aérienne.

Or, on estime que 90 % du trafic non régulier de la région sont constitués des Inclusive Tours offrant des séjours de vacances dans les pays méditerranéens. Ainsi, la majorité des entrées par vols non réguliers sont effectués dans le cadre d'un voyage organisé. En 1972, l'enquête B de l'étude des «Conséquences du Tourisme», qui a été effectuée aux postes douaniers, à la sortie des touristes, évaluait à 30 % les touristes ayant visité le Maroc dans le cadre d'un voyage organisé. Ce pourcentage est certes dérisoire face aux 75 % à 85 % de touristes entrés en Tunisie dans la même formule, mais c'est déjà l'amorce d'une invasion du tourisme de groupe qui touche le Maroc. En effet, il semble que la situation a beaucoup évolué depuis 1972 dans le sens d'un renforcement de la part des voyages organisés. Déjà en 1972, il convient de préciser que ce pourcentage de 30 % n'est qu'une moyenne annuelle, l'enquête s'étant déroulée de juin à Mars. Cette enquête évaluait à 44 % la part du tourisme organisé en été et à 29 % en hiver. La région Nord recevait 35,5 % de ses touristes en groupes et Agadir 52,9 %. Or l'enquête personnelle de l'été 1977 auprès des établissements hôteliers de ces deux régions donne 75 % pour la première région et 85 % pour la

touristes qui visitent le pays dans le cadre d'un voyage organisé des autres, il est difficile de saisir la part des touristes qui entrent dans le pays en utilisant cette formule. Ce type de voyage ayant un impact particulier sur l'espace, il est indispensable d'évaluer sa part dans le total des touristes. Il n'y a qu'à voir le nombre grandissant de groupes de touristes sous la direction d'un guide local et de plus en plus étranger, d'autocars remarquables par leur niveau de confort, d'hôtesse ou de représentants des agences attendant un groupe aux postes douaniers des aéroports, pour conclure que le Maroc est désormais touché par les voyages touristiques organisés ou les «inclusive tours», «tout compris» ou «Alles Inklusive».

Aussi, un essai pour évaluer l'importance de ces voyages par différents moyens a-t-il été tenté. L'enquête par lettres auprès des T.O. ayant été peu concluante, il ne restait plus que les résultats de l'enquête de l'étude sur les «Conséquences du tourisme sur l'Economie Nationale» de 1972, de l'enquête directe des hôteliers de la côte méditerranéenne et d'Agadir, de celle, indirecte, à Marrakech et Tanger, et surtout du dépouillement des catalogues publicitaires des Tours Operators.

deuxième. Si la comparaison entre les deux dates est malaisée pour la côte méditerranéenne, car les lieux de la première enquête (aéroports) et de la deuxième (hôtels) ne sont pas les mêmes, pour la station d'Agadir qui reçoit la majorité de ses touristes par son aéroport, la comparaison est valable.

On mesure donc l'importance grandissante du tourisme de groupe. Les deux exemples concernent certes des zones balnéaires dont la plupart des amateurs arrivent dans le cadre de voyages organisés, mais le tourisme itinérant est aussi contrôlé par cette formule. En effet, l'accomplissement de circuits dans les régions intérieures, au climat relativement pénible pour des Européens fraîchement débarqués nécessite un certain confort (autocars climatisés) qui ne peut être garanti que par un voyage organisé. Ainsi, 79 % des touristes enquêtés dans les hôtels 4-5 étoiles et ayant accompli des circuits l'ont fait en voyage organisé (Enquête A de 1972).

Il faut noter aussi que les résultats de l'enquête 1972 par mode d'hébergement nous fournissent des indices pour évaluer l'importance du voyage en groupe actuellement. C'est ainsi qu'on apprend que 96,2% des touristes hébergés par les villages de vacances, 52,3% des touristes des hôtels 4-5 étoiles et 40,9% des clients des hôtels classés l'ont été en voyages organisés. On peut donc appliquer ces pourcentages au total des nuitées enregistrées dans les différents modes d'hébergement de 1978. Ce n'est certes pas une méthode très rigoureuse car ces pourcentages ont sûrement évolué au moins pour les hôtels. Mais cette modification ne peut connaître qu'une hausse, ce qui nous donne au moins un pourcentage minimum.

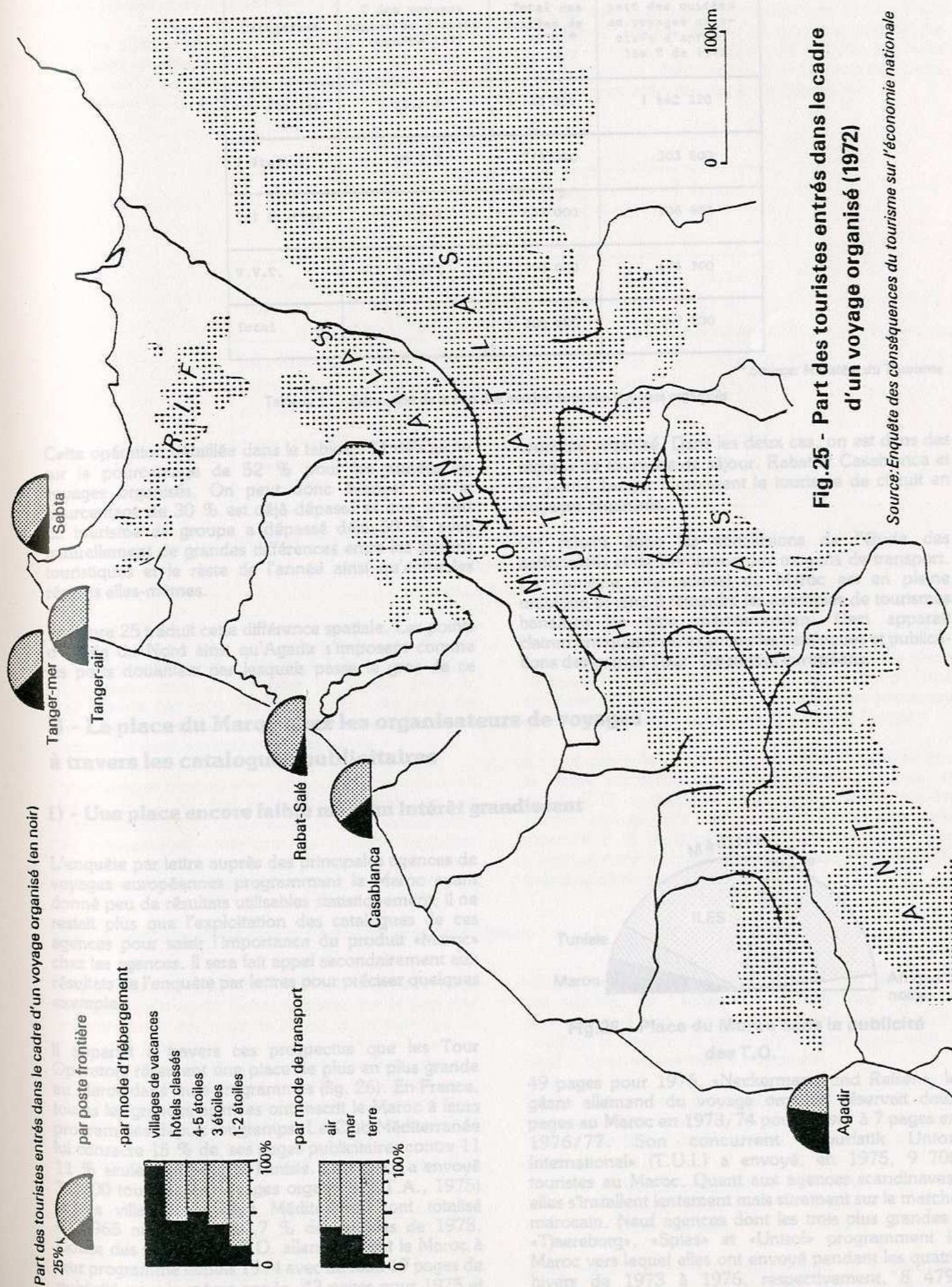


Fig.25 - Part des touristes entrés dans le cadre d'un voyage organisé (1972)

Source: Enquête des conséquences du tourisme sur l'économie nationale

Catégories	% des voyages organisés d'après enquête 1972	Total des nuitées de 1978 *	part des nuitées en voyages organisés d'après les % de 1972
4-5 étoiles	52,3 %	3 140 000	1 642 220
3 étoiles	39,2 %	775 000	303 800
2-1 étoiles	16,8 %	635 000	106 680
V.V.T.	92,6 %	750 000	694 500
Total		5 300 000	2 747 200

* Source: Ministère du Tourisme

Tableau 11 - Estimation de la part des nuitées dues aux voyages organisés

Cette opération détaillée dans le tableau 11 débouche sur le pourcentage de 52 % pour les nuitées en voyages organisés. On peut donc avancer que le pourcentage de 30 % est déjà dépassé et que la part du tourisme de groupe a dépassé déjà 50 % avec naturellement de grandes différences entre les saisons touristiques et le reste de l'année ainsi qu'entre les régions elles-mêmes.

La figure 25 traduit cette différence spatiale. Les points d'entrée du Nord ainsi qu'Agadir s'imposent comme les ports douaniers par lesquels passe le gros de ce

tourisme organisé. Dans les deux cas, on est dans des régions de tourisme de séjour. Rabat et Casablanca et en partie Tanger fournissent le tourisme de circuit en voyages organisés.

On rejoint donc les conclusions de l'étude des nationalités et de l'évolution des moyens de transport. Le tourisme international du Maroc est en pleine mutation et tend à rejoindre les exemples de tourisms banalisés de type méditerranéen. Ceci apparaît clairement quand on examine les catalogues et publications des grands Tour Operators européens.

B - La place du Maroc chez les organisateurs de voyages à travers les catalogues publicitaires

1) - Une place encore faible mais un intérêt grandissant

L'enquête par lettre auprès des principales agences de voyages européennes programmant le Maroc ayant donné peu de résultats utilisables statistiquement, il ne restait plus que l'exploitation des catalogues de ces agences pour saisir l'importance du produit «Maroc» chez les agences. Il sera fait appel secondairement aux résultats de l'enquête par lettres pour préciser quelques exemples.

Il apparaît à travers ces prospectus que les Tour Operators réservent une place de plus en plus grande au Maroc dans leurs programmes (fig. 26). En France, toutes les grandes agences ont inscrit le Maroc à leurs programmes depuis longtemps. Le Club Méditerranée lui consacre 15 % de ses pages publicitaires contre 11 % seulement pour la Tunisie. La France a envoyé 31 200 touristes en voyages organisés (I.T.A., 1975) et les villages du Club Méditerranée ont totalisé 413 965 nuitées soit 19,7 % des nuitées de 1978. Douze des plus grands T.O. allemands ont le Maroc à leur programme depuis 1974 avec au total 19 pages de publicité pour la même année, 43 pages pour 1975 et

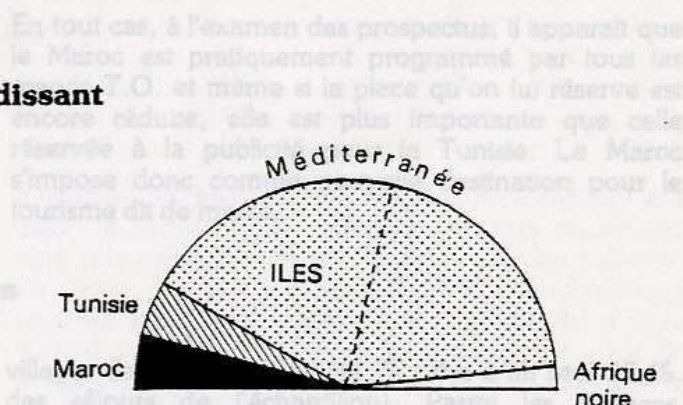


Fig.26 - Place du Maroc dans la publicité des T.O.

49 pages pour 1976. «Neckermann und Reisen», le géant allemand du voyage organisé réservait deux pages au Maroc en 1973/74 pour arriver à 7 pages en 1976/77. Son concurrent «Touristik Union International» (T.U.I.) a envoyé, en 1975, 9 700 touristes au Maroc. Quant aux agences scandinaves, elles s'installent lentement mais sûrement sur le marché marocain. Neuf agences dont les trois plus grandes : «Tjaereborg», «Spies» et «Unisol» programment le Maroc vers lequel elles ont envoyé pendant les quatre hivers de 1973 à 1976, respectivement, 8 479,

16 162, 33 344 et 44 512 touristes.

Tous ces chiffres indiquent la part grandissante du Maroc chez les agences, mais cette place reste encore réduite si on le compare aux autres pays voisins. T.U.I. qui a envoyé 9 700 touristes au Maroc en 1975, en a

envoyé 28 400 vers la Tunisie, 40 400 vers l'Italie et 629 300 vers l'Espagne (statistiques de la T.U.I. : Facts and Figures). Dans le tableau 12, on n'a considéré que les pays voisins de la Méditerranée et d'Afrique noire avec lesquels le Maroc entre en concurrence. Deux exemples sont cités par pays pour l'illustration.

	Maroc	Tunisie	reste de la méd. sans îles	îles méd.	Afrique noire
Tot. France (club Méd.)	13,2 15,1	12,6 11,6	37,2 56,6	28,7 15,1	8,3 1,6
Tot. Allemagne (Neckermann)	4,6 7,0	3,2 9,5	39,2 9,2	52,7 72,0	0,3 2,3
(Orion)	20,8	-	66,7	12,5	-
Total France - Allemagne	8,3	7,8	36,2	43,7	4,0

Tableau 12 - Part du Maroc et de la Tunisie dans les catalogues de 20 Tour Operators français et allemands pour la saison 1977-1978
(pourcentage du total des pages)

On se rend compte que les catalogues de cet échantillon ont réservé au Maroc 8,3 % de leurs pages publicitaires contre 7,8 % pour la Tunisie, 79,9 % pour le reste des pays méditerranéens. Une place de choix est réservée aux destinations insulaires notamment dans les catalogues allemands.

Les catalogues français accordent plus d'importance au Maroc : (13,2 % des pages publicitaires) que les catalogues des T.O. allemands (4,5 % seulement). Ces pourcentages confirment les données dégagées plus haut lors de l'étude des nationalités, à savoir l'importance de la clientèle française qui fréquente le

Maroc depuis longtemps et l'apparition encore faible des Allemands. Mais on est surpris par la faible place réservée à la Tunisie face au Maroc. S'agit-il d'une évolution dans le marché qui propose le Maroc comme une nouvelle destination et délaisse déjà la Tunisie ?

En tout cas, à l'examen des prospectus, il apparaît que le Maroc est pratiquement programmé par tous les grands T.O. et même si la place qu'on lui réserve est encore réduite, elle est plus importante que celle réservée à la publicité pour la Tunisie. Le Maroc s'impose donc comme nouvelle destination pour le tourisme dit de masse.

2) - La part des deux types de tourisms pratiqués

L'exploitation de cet échantillon de catalogue nous renseigne aussi et de façon indirecte sur la part des propositions du tourisme de séjour et du tourisme de circuit que pratiquent les agences (tableau 13 et fig. 27). Au total, 55,4 % des propositions de ces prospectus concernent des formules de séjours avec une durée moyenne d'une semaine. L'hébergement proposé est soit un village de vacances, soit des hôtels 5, 4 ou 3 étoiles. Mais plus de 50 % des programmations proposent des V.V.T., ou des hôtels 4-5 étoiles.

Les parts des deux types de tourisms sont à peu près les mêmes chez les agences de différentes nationalités. La part relativement élevée des séjours chez des agences françaises s'explique par le poids du Club Méditerranée, qui est bien présent avec ses sept

villages (le «Trident» de l'été 78 offre à lui seul 30 % des séjours de l'échantillon). Parmi les agences allemandes, il faut noter la place qu'accordent Orion, Touropa et Neckermann aux séjours principalement à Agadir et secondairement à Marrakech.

Ces séjours peuvent avoir lieu aussi bien au bord de la mer, que dans l'intérieur. Mais la place réservée aux séjours balnéaires est écrasante. Elle s'établit comme suit :

Agences françaises	70%
Agences allemandes	80%
Agences suisses	100%

Ainsi, parallèlement à l'accroissement de la part des voyages organisés, le tourisme de séjour et particu-

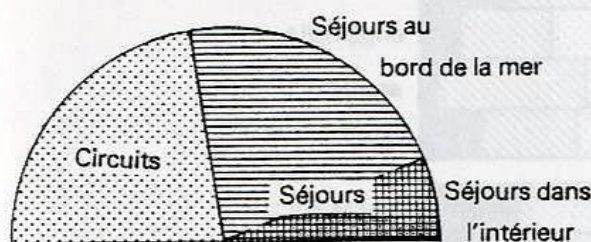


Fig.27 - Part des séjours et des circuits dans la programmation du Maroc dans les T.O.

lièrement le séjour balnéaire s'impose de plus en plus grâce à l'action des T.O. européens.

Avant de terminer cette exploitation des catalogues publicitaires, il faut s'interroger sur l'image du Maroc que proposent ces agences de voyage internationales à travers le discours publicitaire que véhiculent ces catalogues.

	Séjours	Circuits
Agences françaises (dont la part du Club Méditer.)	58,0 % (30,0 %)	42,0 % (21,4 %)
Agences allemandes	48,5 %	51,4 %
Agences suisses	66,6 %	33,3 %
Total	55,2 %	44,8 %

Tableau 13 - Part des circuits et des séjours dans les propositions des catalogues publicitaires

C - L'image du Maroc à travers les catalogues publicitaires

Nombreuses sont les études qui ont essayé de saisir à travers les différents thèmes publicitaires ce qui est montré d'un continent ou d'un groupe de pays aux touristes candidats à sa visite. En s'inspirant de l'étude de G. CAZES (CAZES G., 1976) la tentative qui suit essaie d'exploiter l'échantillon de catalogues utilisé plus haut pour préciser l'image du Maroc qui y est offerte, à travers leur sélection des thèmes visant à attirer les touristes. Ceci nous permet de préciser encore une fois

1) - L'invitation à la connaissance du pays et de ses habitants est réduite, et cette connaissance est schématique

Sur les 393 photos recensées dans cet échantillon de catalogues et relatives au Maroc, 38 % seulement traitent du pays et de ses hommes (tableau 14 et fig. 28). Les portraits notamment sont très réduits (2 % du total) et représentent surtout des visages féminins. Les scènes de la vie quotidienne aussi bien à la campagne qu'à la ville sont presque inexistantes (1,7 %) alors que des scènes de danses folkloriques et de marchés grouillant de foule l'emportent largement (9,4%). Au total, les photos qui reproduisent les touristes eux-mêmes (essentiellement des corps bronzés) l'emportent de façon écrasante sur la représentation des habitants locaux qu'on est censé rencontrer. Enfin 22 % de ces photos réservées au pays proposent des paysages de plages, en insistant sur leur aspect désert. Les autres paysages et sites typiquement marocains représentent 14 % de l'illustration photographique relative au pays mais ne constituent que 5,3 % du total. Ainsi, les agences de voyages internationales ne semblent pas du

la nature du produit touristique le plus vendu par les T.O., ainsi que les motivations qui sont à l'origine d'un voyage touristique au Maroc. Car, à la limite, ce sont ces produits et ces motivations qui orientent généralement promoteurs et responsables de l'aménagement et se projettent spatialement par des réalisations touristiques d'un certain style, ce qui rejoint nos préoccupations.

tout attirer les touristes vers le Maroc en exploitant leur désir de découvrir des paysages et sites nouveaux, ainsi que celui d'avoir des contacts avec les habitants du pays, la part de la publicité photographique réservée à ces deux aspects étant très limitée et axée surtout sur le thème banal de la plage de sable fin bordant une mer bleue, qui existe presque partout et n'a aucune spécificité marocaine.

La «marocanité» du cadre où le touriste est invité à évoluer pendant son court séjour se limite donc à quelques rares scènes surtout folkloriques (13). Elle apparaît aussi à travers quelques monuments (6,6 % du total), quelques aspects architecturaux de l'hôtel, parfois ses meubles, et surtout les serveurs et boys de ces mêmes hôtels.

Le texte qui accompagne ces illustrations présente cette «marocanité» de façon simpliste et caricaturale.

(13) Et n'ayant parfois aucun rapport avec le Maroc, telle que la danse du ventre.

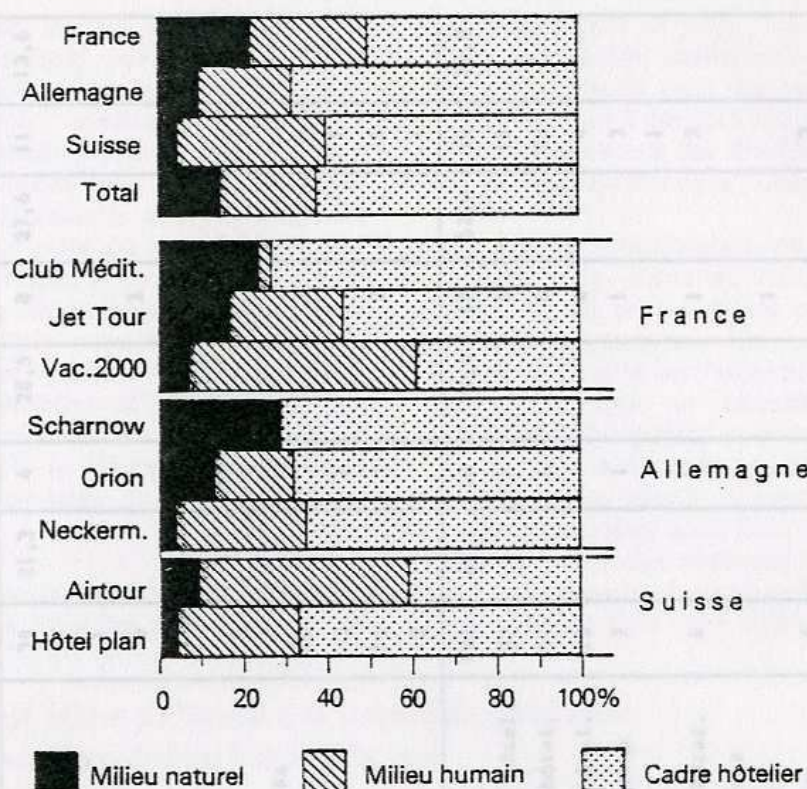


Fig.28 - Part en pourcentage des sujets des photos publicitaires groupées en trois thèmes

Le «Trident» du Club Méditerranée réduit la vie marocaine ainsi : «toute l'atmosphère du Maroc : Souk, foule bigarrée, conteurs, acrobates ...». Comme pour le reste des pays du Tiers-Monde, on cherche à attirer le touriste en insistant sur l'aspect authentique, encore originel et bien conservé du pays et de la vie quotidienne de ses habitants. Mais comme l'a souligné G. CAZES (CAZES G., 1976), à travers ces slogans publicitaires «l'authentique» signifie en réalité l'archaïque, et le vrai, l'ancien («Les montagnards d'Imilchil vont descendre à la fête pour choisir leurs fiancées. C'est le moment où jamais de vivre une ambiance marocaine cent fois millénaire ... Et vous logerez ... au Club Méditerranée de Marrakech, dans un palais à arcades, au milieu de la palmeraie. Pour ne pas perdre le contact avec le vrai Maroc» Club Méditerranée) (CAZES G., 1976). Parmi plusieurs exemples, on peut retenir les formules suivantes d'Euro 7 pour illustrer cet aspect. Ainsi Marrakech est présentée comme «la dernière ville au monde où vive encore l'Islam des Mille et Une Nuits». Quant à Salé (elle) a gardé ses allures médiévales». Enfin un village berbère est décrit comme un «pittoresque village berbère vivant hors du temps».

Ces espace où l'on convie le touriste attire donc par son archaïsme bien préservé. Il attire par son vide aussi bien des habitants locaux que des touristes eux-mêmes : «Quand on a soudain soif de couleur, d'espace et d'authenticité ... le grand Sud Marocain s'impose».

C'est aussi un espace gai, agréable où il fait bon vivre, bref un véritable paradis. «Vous aussi sous le beau soleil africain, vous serez séduits par la douceur de vivre d'une cité où chaque mur ocre cache un jardin

qui embaume». Ce slogan de Vacances 2000 relatif à Marrakech efface d'un trait tous les problèmes socio-économiques que vit cette médina qui est en voie de «bidonvillisation». Quant au Trident, le Maroc, pour lui, est un véritable paradis où tous les maux sont occultés «Maroc vert, Maroc fleurs, couleurs et parfum». Il est certain qu'on ne retient pour le touriste que le côté agréable du Maroc, mais le tourisme étant justifié souvent comme un facteur de connaissance mutuelle des peuples, ces slogans déformant la réalité en passant sous silence tous les aspects socio-économiques ne supposent pas du tout une préparation à cette connaissance.

Si ces réalités sont volontairement cachées, d'autres slogans traduisent une méconnaissance totale de faits historiques ou culturels courants. C'est le cas de ce slogan d'Euro 7 : «Rabat, l'actuelle Capitale, Marrakech la porte du Sud, Fes la capitale almoravide, Meknès et ses 4 km de murailles», ou bien celui-ci cité par Jet tours : «Les femmes qui circulent dans leurs caftans noirs, verts, beiges, un voile léger accroché au-dessus du nez» ou enfin celui-ci cité par le même catalogue «Fes qui est composé de deux villes : la plus ancienne Fes El Bali, à l'origine idrisside et la ville nouvelle bâtie en dehors des remparts». Ces erreurs sûrement involontaires prouvent que ces références rapides à la vie quotidienne ou à l'histoire ne sont qu'un alibi culturel pour un voyage dont les motivations sont ailleurs.

Quant aux rapports entre les touristes et les autochtones, ils se limitent à deux formules qui reviennent souvent. En premier lieu arrive l'hospitalité d'un

	Total		Club Méd.		Airtour		Tourona		Euro 7	
	nb	%	nb	%	nb	%	nb	%	nb	%
<u>Milieu naturel</u>	31	21,5	9	24,3	5	35,7	3	7,0	6	16,2
paysages	15		4		5				2	
plage	14		5				3		3	
faune	2								1	
<u>Milieu humain</u>	40	27,8	1	2,7	3	21,4	16	37,2	13	35,2
ville	4								4	
habitat rural	3				1		2		1	
monuments	14		1		1		5		4	
scènes de vie agricole	1									
artisanat	3						1			
souks + marchés urbains	10				1		3			
folklore	4						2		1	
autres scènes									3	
portraits	1						3			
<u>Cadre hôtelier</u>	73	50,7	27	73,0	6	42,9	24	55,8	18	48,6
bâtiment de l'hôt.	13		2		2		2		4	
piscine de l'hôtel	22		6		3		17		11	
chambre de l'hôtel	4						1		2	
bar-rest.-cuisine	7		4				1			
danse	1		1							
folkl. dans l'hôt.	3		1				1			
sports nautiques	7		6		1					
autres sports	13		7				1		1	
scènes de plage	3						1			
Total	144	100	37	100	14	100	43	100	37	100

14 - France

	Total		Scharnow		Neckermann		Orion	
	nb	%	nb	%	nb	%	nb	%
<u>Milieu naturel</u>	20	10,9			3	10,4	11	13,6
paysages	4						2	
plage	14				3		8	
faune	2						1	
<u>Milieu humain</u>	39	21,3	4	28,5	8	27,6	11	13,6
ville								
habitat rural	1							
monuments	6				3			
scènes de vie agricole								
artisanat	2						1	
souks + marchés urbains	10				3		4	
folklore	3		1				1	
autres scènes	15		3		2		4	
portraits	2						1	
<u>Cadre hôtelier</u>	124	67,7	10	71,5	18	62,0	59	72,8
bâtiment de l'hôtel.	33		2		5		19	
piscine de l'hôtel.	59		6		6		25	
chambre de l'hôtel.	13				4		4	
bar-rest.-cuisine	7		1		1		3	
danse							1	
folkl. dans l'hôtel.	6				1		2	
sports nautiques								
autres sports					1			
scènes de plage	6		1				5	
Total	183	100	14	100	29	100	81	100

15 - Allemagne

Tableaux 14 et 15 - Les principaux thèmes abordés par les photographies de l'échantillon de catalogues publicitaires étudiés * (France et Allemagne)

* La première colonne totalise l'illustration de tout l'échantillon des prospectus de T.O. français (14), allemands (15), les autres colonnes présentent quelques exemples de ces catalogues

peuple généreux qui n'est là que pour accueillir le touriste et le servir : «Il (le pays) n'en est pas non plus où la tradition d'hospitalité soit aussi vivante et aussi peu discutable» ou encore «d'excellents hôtels où l'hospitalité a encore un sens» (Euro 7). En deuxième lieu, on relève les références aux quelques opérations d'achat au cours desquelles le «marchandage est de rigueur» (Jet tours). Le reste du temps, le touriste est invité à le passer dans l'hôtel et au bord de la plage, lieux qui sont en réalité le but du voyage. Même dans le cas d'un circuit ou d'une excursion, l'exposé du programme accorde une grande importance aux descriptions du cadre hôtelier et au confort des autocars à partir desquels le touriste peut observer le pays et ses habitants s'il le désire : «Depuis votre autocar, vous pouvez voir près du pont l'ancienne médina...» (Euro 7).

Tels sont certains des aspects de cet espace marocain tel qu'il est présenté aux touristes potentiels qui se

dirigeront vers le pays. Un espace qui se réduit à quelques clichés stéréotypés et ayant parfois peu de rapports avec le pays, ce que traduisent les appellations données à certains circuits tels que «La route des Sultans», «la route des Khalifes», «les portes du Désert» ou «Il était une fois dans l'Oued».

Un espace paradisiaque ou «tout n'est qu'ordre et beauté, luxe calme et volupté» (LALLEMAND S., 1978) et où on ne relève pas le moindre indice de sous-développement. Un espace à l'archaïsme bien préservé pour le bonheur du touriste. Un espace dont les populations se caractérisent par leur bonté, générosité, hospitalité et dont le sourire avec lequel ils accueillent le touriste traduit le bonheur. Enfin un espace qui se traduit souvent cartographiquement par un contour côtier assez flou, à l'intérieur duquel tout le pays se limite aux quelques «points forts» du circuit et aux itinéraires qui les joignent. Tout le reste de l'espace national est effacé car n'intéressant pas le touriste.

2) - Le principal attrait offert se limite à la «coquille hôtelière» (CAZES G., 1976) qui est souvent au bord de la mer

62 % des photos publicitaires traitent des hôtels et des activités qu'offrent ces hôtels. 77,3 % de ce groupe de photos sont réservés au bâtiment hôtelier, aux chambres, au restaurant et au bar.

Une description détaillée de ce cadre avec une longue et fastidieuse énumération des services et des distractions qu'offre l'hôtel accompagne cette illustration. Tous ces éléments de confort que comporte l'hôtel sont exposés : «ascenseur, air conditionné, chambres avec téléphone et télévision, loggia ou terrasse individuelle, boutiques, coiffeur, sauna, différents terrains de jeux, night club, discothèque, cinéma...».

Cette description qui dépasse de loin celle, réservée au pays, insiste en se répétant sur le luxe et le haut standing d'origine européenne ou occidentale de l'hôtel : «Hôtel de très grand confort à l'américaine, c'est l'ex Holiday Inn», ou «Hôtel à l'architecture extérieure résolument moderne»... (Vacances 2000).

Mais un hôtel au cachet plus simple peut être valorisé s'il est de direction européenne : «Hôtel simple, mais d'atmosphère sympathique et tenu par des Français» (Vacances 2000). En général, lorsque la direction est française, allemande ou autrichienne, cette information est bien soulignée notamment dans les catalogues allemands et suisses.

Dans le même ordre d'idées et contrairement à ce qu'on pourrait croire, c'est la cuisine internationale et non la cuisine marocaine - qui aurait dû être un des attraits du pays - qui est vantée et mise en avant. Quant à la cuisine marocaine, elle n'est évoquée que comme curiosité lors de la classique soirée «typiquement marocaine».

Ainsi rien n'est épargné pour attirer le touriste non pas pour le pays lui-même, mais pour l'hôtel et son cadre qui sont tous deux européens. S'agit-il de sécuriser le

touriste et de le rassurer en lui proposant un cadre auquel il est habitué ? Il semble que ce qui intéresse ce touriste et l'agence ce sont les services et les distractions (17,5 % des photos réservées à l'hôtel traitent des sports et des jeux) plutôt que l'environnement lui-même.

Le seul élément retenu de cet environnement et reproduit à plusieurs reprises c'est la mer associée au soleil. Or ce sont là des éléments qui ne sont pas spécifiques au seul Maroc. Plages vides et ensoleillées, scènes de jeux ou de repos ayant comme cadre la plage, reviennent dans tous les catalogues aussi bien sous forme de photos que de textes.

Mais le cadre principal reste l'hôtel. A la limite même la plage peut être dépassée par la piscine qui se trouve dans l'enceinte de l'hôtel : 55,8 % du total des photos réservées à l'hôtel associent à ce dernier la piscine dont la présence est obligatoire. Les hôtels peuvent être classés en fonction du nombre de bassins dont ils disposent. A ce niveau, on peut se demander si vraiment le touriste qui choisit de venir au Maroc est motivé par le pays lui-même.

Bref, avec tous les éléments cités, le touriste peut passer la totalité de son séjour dans l'hôtel. Il y est d'ailleurs invité par Airtour : «Vous pouvez ainsi - si vous le désirez - passer toutes vos vacances sans avoir à sortir de l'hôtel».

Dans cet élan, pour vanter le confort des hôtels et des villages, le Trident du Club Méditerranée ne recule pas devant l'emploi de ce que G. CAZES appelle un vocabulaire d'appropriation et de possession de l'espace. C'est le cas pour l'annexe du Club de Marrakech : «Un peu plus loin c'est notre palmeraie, véritable jardin d'Allah» ou pour un des villages du Nord «Rendez-vous à Jouir le long d'une grande plage dorée pour une vie sportive et détendue avec le confort douillet de

notre hôtel et de nos bungalows».

Au-delà de cette interprétation, il convient d'insister sur cette «coquille hôtelière» où le touriste est maintenu renfermé sur le groupe sans le moindre effort de la part de l'organisateur pour l'inciter à une connaissance de l'environnement qui l'accueille.

Plus que cela, cet environnement peut être reconstitué au sein même de l'hôtel : *«Hôtel à l'architecture extérieure résolument moderne, tandis que le décor intérieur conserve un cachet marocain traditionnel»* (Vacances 2000). Ce cachet traditionnel apparaît à travers les quelques imitations de l'architecture locale, quelques meubles et les serveurs et garçons de courses qui sont habillés d'un soi-disant costume marocain. Enfin, comme alibi culturel une «troupe folklorique» vient jusqu'à l'hôtel pour animer la soirée marocaine. Celle-ci, qui se veut typiquement marocaine, est ainsi décrite par Vacances 2000 : *«Au cours d'un repas copieux - méchoui, tajines, vin rouge et rosé, thé à la menthe pris à la marocaine sous la tente caïdale et avec les doigts, vous assisterez à un spectacle de danses folkloriques ...»* Avec tout cela, le touriste est assuré de vivre *«une vraie vie de Pacha»* (Euro 7).

Telle apparaît la situation du touriste occidental en terre marocaine à travers dépliants et catalogues publicitaires des agences internationales. Il ne serait pas exagéré de rapprocher ce tableau de celui habituellement fourni par les expéditions coloniales :

«Le corps expéditionnaire se tient à l'écart des autochtones. Les touristes ne circulent qu'en groupes encadrés. Le cloisonnement est de rigueur, partout : ils se déplacent par leurs propres moyens, autobus, trains, avions spéciaux ; ils véhiculent avec eux leur propre atmosphère, tout est climatisé, aseptisé, ils habitent des maisons de «seigneurs» gardées par des vigiles et des chiens, strictement interdites aux «indigènes», comme le proclament pancartes et barbelés. N'ont accès aux «villages», Clubs et hôtels que les hommes de peine, les aide-cuisiniers (les chefs sont importés, évidemment) et les femmes de chambre. La plupart des plages - et les plus belles - sont déclarées «privées». Bars et restaurants des hôtels refusent la clientèle locale (...). Il ne s'agit plus de conquête militaire mais d'un envahissement plus subtil qui en emprunte les schémas». (TOUMI M., 1973).

Cette image du Maroc et des vacances qui y sont pratiquées n'est certes pas spécifique à ce pays. La même présentation est utilisée pour la Tunisie où le séjour dans l'hôtel et au bord de la plage bénéficie de 50 à 78 % de la publicité. C'est d'ailleurs le cas de la plupart des pays méditerranéens. Ceci confirme encore une fois que le tourisme marocain perd de sa spécificité et tend à s'aligner sur le tourisme banalisé du pourtour méditerranéen. Ceci démontre aussi l'influence des Tours Operators qui arrivent à uniformiser les tourisms des différents pays en leur réservant la même présentation et en suscitant les mêmes motivations chez les touristes candidats à ces destinations.

Le même message publicitaire est repris par les

prospectus que diffusent l'Office National Marocain du tourisme et les Syndicats d'Initiative et de tourisme. Les mêmes thèmes, les mêmes slogans et la même conception du pays et des vacances s'y retrouvent, démontrant par là que même les organismes nationaux adoptent ce discours et sont entraînés derrière les Tours Operators dans cette présentation simpliste du pays. Mais les conséquences spatiales de cette situation vont être d'une grande importance pour la démarche envisagée ici.

En effet, ce type de tourisme, dans le cadre duquel on ne vient pas pour rencontrer les gens du pays ou pour découvrir sa civilisation et sa culture, mais pour acheter des services et des distractions, et qui accompagne les voyages organisés en groupe, suppose la naissance d'espaces touristiques clos qui tournent le dos au pays récepteur. Il suppose aussi des établissements de grandes dimensions qui puissent offrir toutes les activités et héberger les 400 passagers d'un avion charter.

Pour conclure cette étude des voyages organisés vers le Maroc et de leurs producteurs, les Tour Operators, il faut insister sur trois points :

- **La part des voyages en groupes vers le Maroc est de plus en plus grande** ainsi que le poids des **agences de voyages**. Celles-ci, en conditionnant le touriste par leur publicité bien sélectionnée, lui dictent ses motivations et ses goûts. Il a été prouvé ailleurs que le touriste ne cherche au cours de son voyage qu'à reconnaître ce qu'on lui a déjà promis. Par conséquent, le pays d'accueil, en l'occurrence le Maroc, doit réaliser des structures d'hébergement d'un certain style pour répondre à ces goûts et à ces motivations. Les Agences Internationales disposent donc d'un pouvoir de décision indirect sur des aménagements touristiques qui vont modifier le paysage et l'espace.

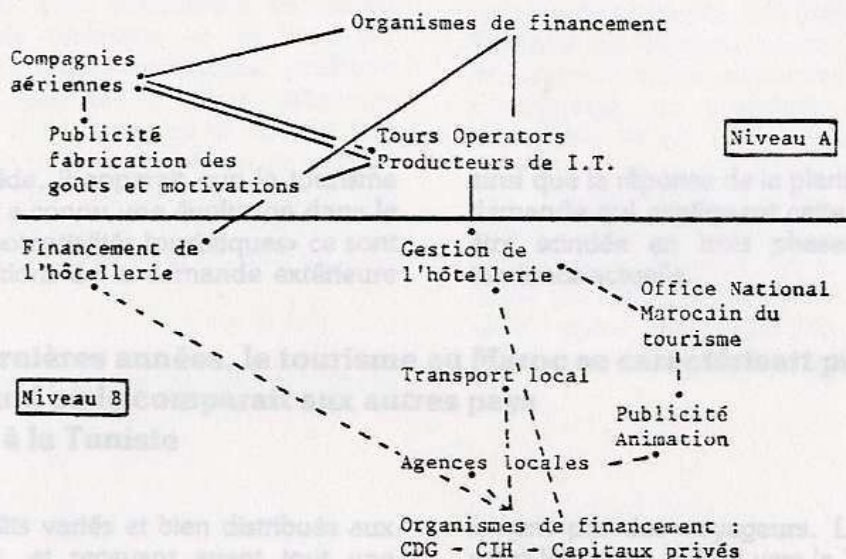
- Il faut de plus en plus compter avec le **poids des agences à l'organisation puissante et efficace**. En Scandinavie, cinq Tours Operators contrôlent 90 % du marché des I.T. et les deux principales, Taereborg et Spies ont des activités qui dépassent leurs frontières nationales. Avec une concentration verticale, ces agences contrôlent aussi bien la vente et la distribution que le transport aérien et parfois même la réception. En Allemagne, la concentration est encore plus forte puisque trois géants du voyage organisé, le groupe T.U.I., Neckermann et I.T.S. contrôlent 65 % des voyages organisés allemands. A la concentration verticale (380 points de vente directe en Allemagne plus 2 000 agences pour la seule T.U.I.), ces agences ajoutent une intégration horizontale : en se regroupant dans la Touristik Union International, sept agences coordonnent leurs opérations de ventes et de réservations par un système central informatique, ainsi que leurs opérations d'achats de places chez les compagnies aériennes, et leur fonctionnement financier. Neckermann à lui seul bénéficie de 300 points de vente en Allemagne. Cette organisation permet à ces agences de se présenter en position de force sur le marché international, où l'offre se multiplie de plus en plus, leur permettant d'exiger des prix de vente de lits d'hôtels particulièrement bas. En France, et exception faite du Club Méditerranée, les agences de

voyage sont moins organisées et moins puissantes. Cette efficacité d'organisation explique aussi la répartition des tâches entre les agences et les pays récepteurs.

- Cette distribution des tâches réserve la plupart des

domaines d'action décisifs à l'Agence et réduit le **champ d'action du pays d'accueil**. Pour le Maroc, le schéma ci-dessous, adapté de J. BUGNICOURT (BUGNICOURT J., 1975) et élargi à toutes les étapes d'un Inclusive Tour peut aider à préciser ces rapports.

CONCLUSIONS



On se rend compte qu'une division des tâches s'établit depuis la production d'un I.T. jusqu'à sa réalisation et sa commercialisation. Mais les décisions importantes sont prises dans le niveau A : c'est là que se décide le type de produit et le goût à satisfaire, c'est là aussi où se vend le voyage et où se trouve le client. Enfin, c'est à ce niveau que se trouve le moyen d'acheminement des clients. Au niveau B, toutes les décisions prises sont subordonnées au niveau A, et doivent satisfaire la stratégie globale qui y est tracée. La marge de manœuvre laissée aux organismes nationaux dans le niveau A est très limitée à cause de la concurrence et de la sensibilité des flux touristiques à la conjoncture. L'ensemble A peut être selon l'intérêt et la conjoncture connecté avec un autre pays ou d'autres pays. Ainsi, si au Maroc les investissements internationaux dans le

secteur touristique ont moins d'impact qu'en Tunisie, laissant supposer une certaine liberté de manœuvre des interlocuteurs nationaux, ce pouvoir décisionnel du niveau A sera plus aliénant le jour où les T.O. contrôleront la majorité du flux touristique vers le Maroc. Mais déjà maintenant leur pouvoir décisionnel indirect se manifeste dans la forme et le style du tourisme qu'ils suscitent vers le Maroc et que celui-ci est obligé de respecter pour ses aménagements touristiques. Enfin, il faut rappeler le cas tunisien où le poids des Tour Operators est tel que les professionnels du tourisme tunisien doivent se plier parfois à leurs exigences (voir plus haut). Ceci s'est d'ailleurs passé en 1973. Le Maroc a donc intérêt à méditer cet exemple avant qu'il ne soit trop tard.

En même temps, le tourisme itinérant et organisé par ces mêmes clubs ou par quelques agences notamment françaises apparaît. Mais le tourisme individuel et occasionnel se maintient bien. Au total, le tourisme mobile aussi bien individuel qu'en groupe est encore prédominant face à un tourisme de séjour balnéaire naissant sur le bord de la Méditerranée et à un tourisme de séjour dans l'intérieur (Marakech).

3) - Depuis 1970, la tendance à la concentration et au tourisme sédentaire s'accroît

Plus que la volonté des pouvoirs publics qui ont soutenu le lancement de la station d'Agadir, c'est la modification des comportements touristiques de la clientèle française, ainsi que l'apparition de nouvelles nationalités qui sont décisives.

Une bonne partie des vacanciers français est désormais contrôlée par le Club Méditerranée qui draine une

clientèle constituée à 80 % de Français vers les 4 500 lits qu'il gère au Maroc. Une autre partie préfère l'avion à la voiture pour diverses raisons et se trouve obligée de réduire ses déplacements. Quant aux nouvelles nationalités comme les Allemands ou les Scandinaves, elles se caractérisent par un style de tourisme particulier basé sur les séjours au bord de la mer.

Enfin, les Tour Operators s'intéressent de plus en plus au Maroc comme nouvelle destination. Bien que le circuit soit bien présent dans leurs programmes, il est toujours combiné au séjour qui tend à prédominer. Ainsi, ces puissantes agences dont le produit offert est uniforme et basé sur le mer, le soleil et le séjour dans le village-club ou l'hôtel qui s'improvise village-club envoient une clientèle qui, échappée en grand nombre par des vols charters et se trouve immobilisée dans les stations balnéaires, pratique un style de tourisme basé sur le séjour balnéaire d'une durée moyenne d'une semaine et dont le prix

précédente. Néanmoins, il faut insister sur la nuance fondamentale qui existe entre le Maroc et la Tunisie. Le Maroc offre d'autres centres d'intérêt que la mer, et les agences de voyages y proposent aussi des voyages itinérants sous forme de circuits dont deux ou trois sont les plus fréquents. En outre, et grâce au pont qui connecte l'Espagne pour les voyageurs en voitures individuelles à la prédominance de la clientèle française qui échappe encore en partie à des agences de vacances moins puissantes qu'en Allemagne ou en Scandinavie, un tourisme individuel itinérant se maintient et les Tour Operators ne dominent pas

CONCLUSIONS

- De tout ce qui précède, il apparaît que le tourisme international au Maroc a connu une **évolution dans le temps**. Plus que les «potentialités touristiques» ce sont les goûts et les motivations de la demande extérieure

ainsi que la réponse de la planification nationale à cette demande qui expliquent cette évolution. Celle-ci peut être scindée en trois phases, la dernière étant la tendance actuelle.

1) - Jusqu'à ces dernières années, le tourisme au Maroc se caractérisait par son originalité quand on le comparait aux autres pays méditerranéens et à la Tunisie

Fort de centres d'intérêts variés et bien distribués aux quatre coins du pays, et recevant avant tout une clientèle française qui avait tendance à se déplacer individuellement en échappant à tout contrôle des agences de voyages internationales, le tourisme au Maroc était assez bien **diversifié dans ses formes**, et surtout **diffus dans son impact spatial**.

En effet, jusqu'aux années 60, le tourisme était pour l'essentiel un tourisme itinérant et basé sur des circuits privés qui étaient soit préparés par des agences de voyages locales, soit le plus souvent réalisés individuel-

lement par des voyageurs. Les voyages pénétraient assez loin dans le Sud vers le Tafilalet, le long des oasis du Draa et l'Anti-Atlas, avec en plus, des visites à d'anciennes capitales Fes-Meknès et Marrakech. A cela, il faut ajouter les croisières qui, à partir des villes côtières, effectuaient parfois des incursions dans l'intérieur vers Fes et Marrakech. Le tourisme de séjour se limitait à une clientèle aisée et peu nombreuse, constituée par des hommes d'affaires et des croisiéristes aux séjours très courts. Ces séjours avaient pour cadre Casablanca, Mohammédia, Marrakech et Tanger (TROIN J.F., 1967).

2) - A partir des années 60, les premières vagues du tourisme de masse touchent le Maroc

Ces nouveaux vacanciers viennent avant tout à la **recherche du soleil et de la mer**. De son côté, la planification nationale reconnaît le tourisme comme l'une des trois priorités de développement avec l'agriculture et la formation professionnelle. La volonté de développer des zones de tourisme balnéaire apparaît nettement. La côte nord est choisie car appartenant à la zone méditerranéenne, mais aussi parce qu'elle connaît de grandes difficultés économiques. C'est la relance de Tanger et le lancement de Restinga et Al Hoceima qui sont décidés dans ce cadre. De ce fait, le **tourisme de séjour balnéaire très limité dans la**

période précédente prend de plus en plus d'importance avec l'apparition des premiers villages de vacances sur la côte Nord.

En même temps, le tourisme itinérant et organisé par ces mêmes clubs ou par quelques agences notamment françaises apparaît. Mais le tourisme individuel et motorisé se maintient bien. Au total, **le tourisme mobile aussi bien individuel qu'en groupe est encore prédominant** face à un tourisme de séjour balnéaire naissant sur le bord de la Méditerranée et à un tourisme de séjour dans l'intérieur (Marrakech).

3) - Depuis 1970, la tendance à la concentration et au tourisme sédentaire s'accroît

Plus que la volonté des pouvoirs publics qui ont soutenu le lancement de la station d'Agadir, c'est la **modification des comportements touristiques de la clientèle française**, ainsi que l'apparition de **nouvelles nationalités qui sont décisives**.

Une bonne partie des vacanciers français est désormais contrôlée par le Club Méditerranée qui draine une

clientèle constituée à 80 % de Français vers les 4 500 lits qu'il gère au Maroc. Une autre partie préfère l'avion à la voiture pour diverses raisons et se trouve obligée de réduire ses déplacements. Quant aux nouvelles nationalités comme les Allemands ou les Scandinaves, elles se caractérisent par un style de tourisme particulier basé sur les séjours au bord de la mer.

Enfin, les Tour Operators s'intéressent de plus en plus au Maroc comme nouvelle destination. Bien que le circuit soit bien présent dans leurs programmes, il est toujours combiné au séjour qui tend à prédominer. Ainsi, ces puissantes agences dont le produit offert est uniforme et basé sur la mer, le soleil et le séjour dans le village-club ou l'hôtel qui s'improvise village-club, envoient **une clientèle qui, acheminée en grand nombre par des vols charters et se trouvant immobilisée dans les stations balnéaires, pratique un style de tourisme basé sur le séjour balnéaire** d'une durée moyenne d'une semaine et dont le prix forfaitaire a été payé en Europe. Le séjour se passant essentiellement au sein de l'établissement, celui-ci doit regrouper plusieurs activités et par conséquent avoir de grandes dimensions. **D'où un impact de plus en plus grand sur l'espace.**

- Telle est cette évolution qui se dégage de l'étude

précédente. Néanmoins, il faut insister sur la nuance fondamentale qui existe encore entre le Maroc et la Tunisie. Le Maroc offre d'autres centres d'intérêt que la mer, et les agences de voyages y organisent aussi des voyages itinérants sous forme de circuits dont deux ou trois sont les plus fréquents. En outre, et grâce au pont terrestre que constitue l'Espagne pour les voyageurs en voitures individuelles, à la prédominance de la clientèle française qui échappe encore en partie à des agences de vacances moins puissantes qu'en Allemagne ou en Scandinavie, **un tourisme individuel itinérant se maintient**, et les Tour Operators ne dominent pas encore tout le tourisme marocain comme en Tunisie. Par rapport au cas tunisien, **le tourisme marocain marque donc une particularité mais il tend de plus en plus à le rejoindre.** De ce fait, le tourisme international qui fréquente le Maroc se trouve partagé entre deux styles de tourisme, ce qui va marquer différemment l'espace marocain.

DEUXIEME PARTIE

DES ESPACES TOURISTIQUES PARCOURUS ET DES ESPACES TOURISTIQUES OCCUPES *

DEUXIEME PARTIE

DES ESPACES TOURISTIQUES PARCOURUS ET DES ESPACES TOURISTIQUES OCCUPES *

* Ce titre a été emprunté à l'étude de J.M. MIOSSEC: « Eléments pour une théorie de l'espace touristique » - 1976

CHAPITRE I

UN ELEMENT MARQUANT DU PAYSAGE:
L'HEBERGEMENT

Certaines études qui traitent du tourisme abordent parfois l'examen des caractéristiques de l'hébergement d'une région ou d'un pays avant l'analyse des flux touristiques vers ce pays, en considérant que ce potentiel d'accueil est avant tout une cause du développement du tourisme vers cette destination.

Cette évolution dans le temps qui débouche sur deux types de tourisme fait qu'actuellement l'espace marocain se trouve marqué différemment par le phénomène touristique. On y relève des régions de séjours qui n'ont rien à envier aux concentrations des régions littorales tunisiennes et qui peuvent prétendre à l'appellation «d'espaces touristiques» (REYNAUD A., 1975). Mais on y relève aussi des régions parcourues par le tourisme itinérant et qui sont sans doute plus affectées par le phénomène touristique que l'intérieur tunisien. Comment se différencient donc ces deux types d'espaces ?

L'hébergement est l'un des éléments les plus marquants des projections spatiales du tourisme. L'évolution de sa structure traduit les modifications qu'a connues le tourisme ces dernières années. Sa

choix du plan régional et des efforts multiples de l'Etat. Celui-ci a été à l'origine de l'équipement de la côte méditerranéenne et d'Agadir. De 1971 à 1974, on relève une certaine stagnation, mais la hausse reprend et dure jusqu'en 1977. Si actuellement, la participation étrangère et privée marocaine s'accroît à cause

répartition géographique est un révélateur précieux des nuances spatiales des deux styles de tourisme déjà soulignés. Aussi faut-il tenter une analyse géographique de ces moyens d'accueil pour une première approche des «espaces touristiques parcourus et des espaces touristiques occupés».

Les régions affectées surtout par le tourisme de séjour et celles touchées avant tout par le tourisme de passage vont se différencier aussi bien au niveau de la fréquentation et des implantations touristiques qu'au niveau des incidences socio-économiques de cette activité. Mais cette séparation est quelque peu schématique dans la mesure où certains espaces sont marqués par les deux types de tourisme à la fois. L'une des difficultés majeures à ce niveau a été de faire la part des deux styles de tourisme.

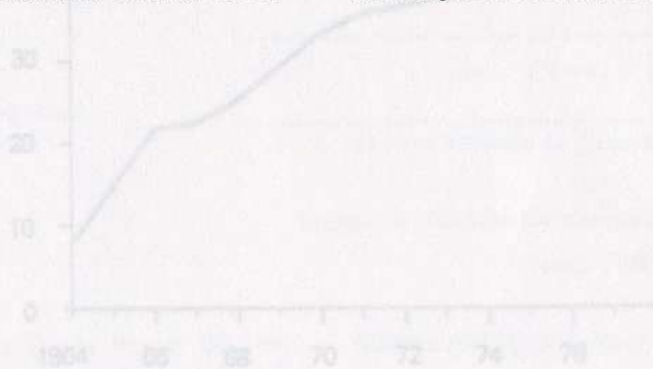


Fig.23 - Evolution de la capacité hôtelière

tourisme pratiqué et de ses motivations. D'où l'intérêt de l'examen de la structure et de la répartition géographique de ces moyens d'hébergement.

Ces établissements touristiques sont de construction très récente puisque plus de 80 % des lits d'hôtels, 11 des 12 villages de vacances, la totalité des ensembles résidentiels et des campings de catégorie supérieure ont été édifiés après 1964. Les choix du plan de 1965-1967, déjà soulignés, expliquent l'importance de cette date. Aussi l'examen de l'évolution de la structure de l'hébergement partira toujours de la situation à la veille de ce plan. D'où l'utilisation de l'année 1964 comme année de référence. En plus, une documentation réunie pour les besoins de l'Atlas des Potentialités

Touristiques et couvrant cette année rend la comparaison possible.

Les variables qui sont la structure et son évolution dans le temps ainsi que la répartition géographique des moyens d'hébergement peuvent être considérées comme des résultats de l'impact du tourisme sur l'espace marocain. Les établissements d'hébergement constituent par ailleurs l'élément principal et visible de l'espace touristique.

CHAPITRE I

UN ELEMENT MARQUANT DU PAYSAGE: L'HEBERGEMENT

A - La prédominance des catégories de luxe

Les moyens d'hébergement touristique du Maroc sont plus diversifiés que ceux de la Tunisie grâce au

Certaines études qui traitent du tourisme abordent parfois l'examen des caractéristiques de l'hébergement d'une région ou d'un pays avant l'analyse des flux touristiques vers ce pays, en considérant que ce potentiel d'accueil est avant tout une cause du développement du tourisme vers cette destination. Pour le Maroc, il semble que la progression spectaculaire des entrées de touristes au cours des dernières années soit à la fois cause et conséquence du progrès enregistré par la capacité d'hébergement. A la comparaison de la courbe des entrées de touristes (fig. 9) et de celle de l'évolution de la capacité hôtelière (fig. 29), on se rend compte que le progrès des constructions hôtelières succède aux pulsations des entrées. C'est à partir de l'année 1965 que la construction hôtelière connaît sa plus forte hausse à la suite des

Concentrant 66 % des lits touristiques, les hôtels des catégories 3, 4 et 5 étoiles ont un poids dominant.

choix du plan triennal et des efforts multiples de l'Etat. Celui-ci a été à l'origine de l'équipement de la côte méditerranéenne et d'Agadir. De 1971 à 1974, on relève une certaine stagnation, mais la hausse reprend et dure jusqu'en 1977. Si actuellement, la participation étatique et privée marocaine s'essouffle à cause des effets de la crise, les capitaux originaires du Golfe semblent prendre la relève et nombreux sont les projets déposés qui seront financés par ces capitaux.

Il est difficile de préciser si le développement de l'infrastructure hôtelière est une cause ou un effet du développement touristique. Par contre, la répartition géographique, la localisation des sites et le type d'hébergement sont bien une conséquence du type de

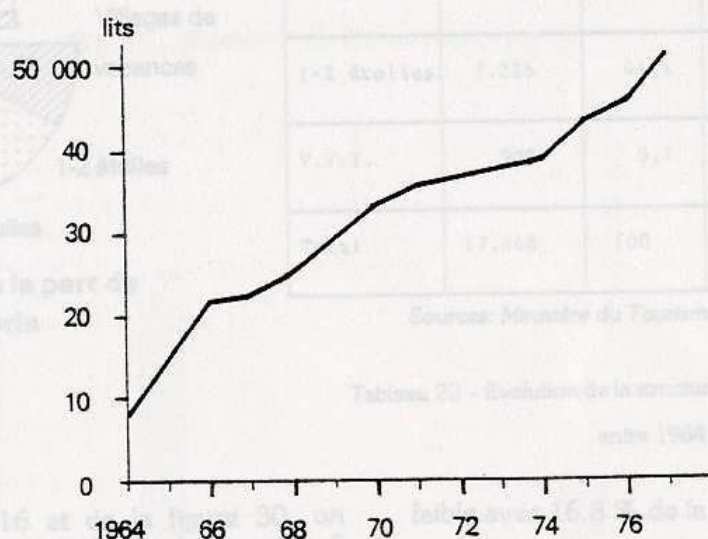


Fig. 29 - Evolution de la capacité hôtelière

tourisme pratiqué et de ses motivations. D'où l'intérêt de l'examen de la structure et de la répartition géographique de ces moyens d'hébergement.

Ces établissements touristiques sont de construction très récente puisque plus de 80 % des lits d'hôtels, 11 des 12 villages de vacances, la totalité des ensembles résidentiels et des campings de catégorie supérieure ont été édifiés après 1964. Les choix du plan de 1965-1967, déjà soulignés, expliquent l'importance de cette date. Aussi l'examen de l'évolution de la structure de l'hébergement partira toujours de la situation à la veille de ce plan. D'où l'utilisation de l'année 1964 comme année de référence. En plus, une documentation réunie pour les besoins de l'Atlas des Potentialités

Touristiques et couvrant cette année rend la comparaison possible.

Les variables que sont la structure et son évolution dans le temps ainsi que la répartition géographique des moyens d'hébergement peuvent être considérées comme des résultats de l'impact du tourisme sur l'espace marocain. Les établissements d'hébergement constituent par ailleurs l'élément principal et visible de l'espace touristique.

I - UNE STRUCTURE DEPENDANTE DES IMPERATIFS COMMERCIAUX DES TOURS OPERATORS ET DES MOTIVATIONS DE LA CLIENTELE

A - La prédominance des catégories de luxe

Les moyens d'hébergement touristique du Maroc sont plus diversifiés que ceux de la Tunisie grâce au développement des villages de vacances et des ensembles résidentiels, et au nombre relativement élevé des terrains de camping. Mais ces moyens d'hébergement réservent une grande place à l'hôtellerie et en particulier à l'hôtellerie de luxe.

Concentrant 66 % des lits touristiques, les hôtels des catégories 3, 4 et 5 étoiles ont un poids écrasant. L'hôtellerie de luxe (4, 5 étoiles) constitue plus que la moitié de la capacité totale, alors que dans un pays comme l'Espagne, elle représente moins de 20 % des lits.

1) - L'évolution de la structure hôtelière entre 1964 et 1977

(fig. 30 - 31)

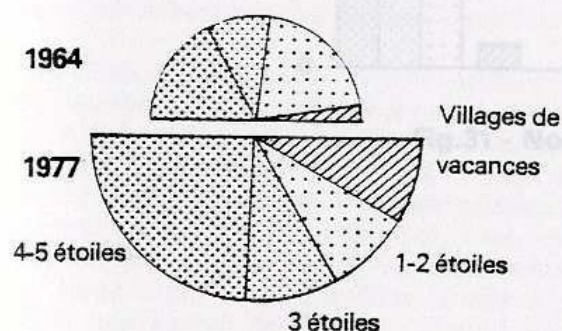


Fig.30 - Evolution de la part de chaque catégorie

	1964		1977		augment. en %
	nb. de lits	part en %	nb. de lits	part en %	
4-5 étoiles	5.914	33,8	22.820	51,3	285,8
3 étoiles	3.408	19,5	6.461	14,6	89,5
1-2 étoiles	7.226	41,4	7.482	16,8	3,5
V.V.T.	900	5,1	7.691	17,3	754,5
Total	17.448	100	44.454	100	154,7

Sources: Ministère du Tourisme - O.N.M.T (guide des hôtels 1977) - Enquête personnelle

Tableau 20 - Evolution de la structure d'hébergement de type hôtelier entre 1964 et 1977

A la lecture du tableau 16 et de la figure 30, on remarque que les catégories hôtelières de luxe (4 - 5 étoiles) ont connu un très fort accroissement depuis 1964, soit 285,8 %. La capacité en lits de cette catégorie a presque quadruplé entre 1964 et 1977. Sa part déjà élevée en 1964 (33,8 %) est toujours importante : elle occupe désormais la première place avec presque 50% de la capacité totale en lits. Son augmentation a été toujours constante, mais elle devient écrasante à partir de 1971, année où la part des villages de vacances diminue sensiblement.

La capacité des 3 étoiles a peu progressé et sa part en pourcentage a même diminué.

Quant aux classes inférieures de l'hôtellerie, représentées par les 1 - 2 étoiles, elles occupaient en 1964 la première place avec 41,4 % de la capacité totale. Depuis, elles ont enregistré le plus faible taux d'accroissement (3,5 %) et occupent en 1977 une place assez

faible avec 16,8 % de la capacité totale.

Représentant en 1977 à peu près la même proportion, les villages de vacances étaient quasi-inexistants vers 1964 puisque, à cette date, un seul village était implanté à Al Hoceima et offrait 900 lits. Nouveau venu au Maroc, ce type d'hébergement a connu le plus fort taux d'accroissement avec 754,5 %.

A cette évolution de la structure qui s'est faite au profit des catégories de luxe et des villages de vacances, aux dépens des catégories inférieures, on peut opposer la politique de la planification en matière de tourisme qui met l'accent sur le tourisme de masse. Cette contradiction n'est qu'apparente. En effet, ce tourisme dit de masse ne suppose point un appel aux catégories inférieures et moyennes qui sont en principe moins chères pour le séjour. Au contraire, la plupart des propositions des «tour-operator» européens offrent des séjours dans des hôtels 4 - 5 étoiles. Le poids de ces agences qui a

été souligné plus haut est tel qu'elles arrivent à imposer aux hôteliers de très bas prix pour des séjours dans des catégories supérieures. Le séjour dans ces hôtels de haut standing semble même être l'une des motivations de ces voyages pour les classes moyennes. De

2) - Les différents types d'hébergement

a) L'hôtellerie classique :

- Les hôtels de catégories inférieures (1 ou 2 étoiles et hôtels non classés.

Au bas de l'échelle des moyens d'hébergement, les hôtels non classés sont assez nombreux dans certaines villes. Leur part est importante dans les villes intérieures où le tourisme est assez ancien. C'est le cas de Tanger (19,2 % de la capacité totale) et de Tétouan (48,2 %). Pour Agadir par contre, où les établissements et la vie touristique sont très récents, cette proportion n'est que de 2,5 %. Bien qu'ils ne soient pas prévus pour le tourisme international, celui-ci peut les toucher dans les grandes villes où ils attirent une clientèle jeune aux modestes budgets, ou dans l'intérieur et le Sud où leur existence dans certains lieux isolés arrive à secourir les touristes individuels.

Les hôtels de catégorie 1 - 2 étoiles sont également peu fréquentés par le tourisme individuel et pratiquement ignorés des voyages organisés. Cette catégorie a connu peu de constructions nouvelles, puisqu'une bonne partie des établissements nouveaux provient du déclassement d'hôtels 3 étoiles. Mais on y note cependant un premier groupe composé de nouvelles créations dont la moitié a été construite dans la ville d'Agadir. En effet, ces petites réalisations, dues à de modestes capitaux privés, ont bénéficié d'une double aide puisqu'aux avantages financiers consentis aux constructeurs du secteur touristique se sont ajoutées les aides offertes aux sinistrés du séisme. De ce fait, Agadir est l'unique station du Maroc, qui offre des petits hôtels à bon prix mais neufs et accueillants (PÉRÉ M., 1972).

L'autre groupe est constitué par des hôtels très anciens. Certains se caractérisent par un mauvais entretien et une vétusté tels qu'ils ne peuvent être récupérés pour une utilisation par le tourisme international. D'autres, hérités de la période coloniale et qui parfois bénéficient d'un certain effort de gestion sont utilisés par ce tourisme. La capacité en lits de cette catégorie a totalisé 12 % des nuitées du tourisme international de 1978 : 8,4 % pour les «2 étoiles» et 3,6 % pour les «1 étoile», soit un taux de fréquentation de 24,1 %.

- Les hôtels de catégorie moyenne (3 étoiles).

Les derniers plans ont insisté sur les hôtels de cette catégorie en leur réservant la première place, mais les promoteurs ont peu suivi ces recommandations puisque le nombre de lits a peu augmenté comparé à celui des 4 - 5 étoiles, et que la part de ces hôtels demeure stagnante. En outre, la majorité des nouvelles

leur côté, les hôteliers sont obligés de se lier plus ou moins systématiquement aux grandes agences de voyages qui peuvent assurer régulièrement un contingent de touristes, ce qui leur permet de dresser des plannings intéressants.

créations est l'œuvre de l'Etat par l'intermédiaire de l'O.N.M.T. Les investissements privés ne se sont tournés vers cette catégorie qu'à Agadir. Dans cette station, ces hôtels sont assez confortables et offrent parfois même une piscine, et des prix 40 % inférieurs à ceux offerts par les hôtels de luxe (14).

Par ailleurs, les hôtels de catégorie 3 étoiles sont assez nombreux dans les grandes villes comme Casablanca et Rabat mais ce sont là des créations assez anciennes. Le tourisme international, notamment les groupes, fréquente ces hôtels à Agadir, Marrakech et secondairement Tanger. Ils ont enregistré 14,9 % des nuitées de 1978 avec un taux de fréquentation de 34,7 %.

- Les hôtels de luxe (4 - 5 étoiles)

Si les catégories moyennes ont eu peu de succès auprès des investisseurs privés, c'est que ceux-ci ont concentré l'essentiel de leurs efforts sur les catégories de luxe. A côté des aides et subventions étatiques aux investisseurs privés qui encouragent ceux-ci à réaliser des projets d'un montant très élevé, il semble que l'explication essentielle de ce choix réside dans l'existence déjà soulignée du tourisme de masse qui, grâce à ses formules à forfait et ses prix de groupe, peut mettre ces hôtels de haut standing à la portée des revenus moyens.

Vers 1964, ces hôtels étaient assez représentés mais répondaient à un autre type de tourisme puisqu'ils recevaient un tourisme «aristocratique», notamment dans les villes impériales et à Mohammedia, constitué par des hommes d'affaires et des croisiéristes de luxe.

Depuis, les nouvelles réalisations ont eu comme localisation les mêmes villes avec, par ordre décroissant, Tanger (4 136 lits), Marrakech (2 955 lits), Casablanca (2 191 lits), Fes (1 440 lits) et Rabat (1 174 lits), en plus d'une nouvelle apparition : Agadir qui a pris vite la tête de ce réseau avec ses 5 174 lits. Ces six villes totalisent 75 % des lits de cette catégorie. Ceux d'Agadir, Marrakech et Tanger répondent en grande partie à la demande du tourisme de séjour alors que les autres reçoivent essentiellement des touristes de passage des voyages itinérants. Le reste de la capacité des 4 - 5 étoiles est réparti sur le littoral atlantique, la côte méditerranéenne, et le long de la route qui relie Agadir au Tafilalet (carte hors texte). Sur ce dernier axe, l'O.N.M.T. a rénové, agrandi et complété les anciens gîtes d'étapes.

Les chaînes internationales dominent certains de ces hôtels dans les grandes villes : Rabat (Hilton), Agadir

(14) Du moins pour les prix qui sont affichés à l'intention des touristes individuels.

(Europa-Marhaba), Tanger, Mohammedia (Meridien), surtout pour la gestion. Mais après la création de la société marocaine Safir (CIH) qui se spécialise dans la gestion des grandes unités de luxe (le Casablanca, le Malabata à Tanger, le Mamounia à Marrakech, et le Safir à Tétouan) et la récupération des unités de la chaîne Holiday Inn (Fes - Marrakech), ces chaînes ont connu un certain recul.

Cette catégorie a contrôlé 58,5 % des nuitées de 1978 (37 % pour les 4 étoiles et 21,5 % pour les 5 étoiles) avec un taux de fréquentation de 38,3 % pour les 4 étoiles et 45,2 % pour les 5 étoiles. C'est là un autre signe des liens étroits entre ces hôtels et les «tour operator» qui assurent un remplissage sûr.

b) Les villages de vacances

Ce type d'hébergement a connu un certain succès ces dix dernières années, succès qui s'arrêta d'un seul coup vers 1970. Depuis, un seul village a ouvert ses portes en 1978 à Agadir. Ces établissements se distinguent des hôtels classiques tout d'abord au niveau de la commercialisation. En effet, ces villages appartenant à un organisme de type Club Méditerranée font partie d'un circuit de commercialisation directe basée sur des prix forfaitaires réglés en Europe et relativement bas, le remplissage se faisant exclusivement par des touristes étrangers. Mais la formule I.T. qui se généralise aux autres hôtels tend à rapprocher ceux-ci des villages de vacances. Aussi, la différence fondamentale reste au niveau de la gestion et de l'animation de «style Trigano». Mais là aussi certains hôtels ont accompli un certain effort d'animation et se font appeler Hôtel-Club ou Résidence-Club. Ce succès vient du fait que ces villages connaissent les plus forts taux d'occupation, donnée qui sera à nuancer par la suite. Aussi est-il difficile de distinguer les villages de vacances des hôtels classiques. Le principe suivi a été de ne considérer comme villages que les établissements appartenant aux grandes chaînes des villages de vacances et d'y ajouter les clubs ; c'est le cas de deux établissements à Agadir : le Kasbah Club et le Village «des Dunes d'or», ainsi que celui de l'ancien village d'Asilah qui a été récupéré depuis deux ans par la chaîne «Safir».

Au total, sur les douze villages qui existent au Maroc, deux seulement sont marocains par les capitaux et la gestion (le Safir d'Asilah et le Kasbah Club d'Agadir). Les dix restants ont été construits par des sociétés marocaines ou maroco-étrangères mais leur gestion est confiée à des organisations étrangères. C'est le cas des sept villages du Club Méditerranée (France) à Tanger, Smir, Cabo Negro, Al Hoceima, Marrakech, Agadir et Ouarzazate, du Holiday Club (Belgique) et du Village Vacances Tourisme (France) à Mdiq, et des «Dunes d'or» (géré par la chaîne P.L.M.-France) à Agadir. Cette gestion étrangère garantit un remplissage assez satisfaisant mais ne suscite qu'un faible impact économique sur la région d'accueil. Ce remplissage n'est pas satisfaisant pour tous les Clubs quand on considère la moyenne annuelle puisqu'au total le taux de fréquentation dans ce type d'hébergement n'a été que 23,3 % en 1978. En effet, sept de ces villages ne sont ouverts que de mai à octobre. Mais avec 20 % du total des nuitées offertes, ces villages ont enregistré

14,4 % du total des nuitées réalisées, ce qui montre leur poids incontestable dans le tourisme international du Maroc.

c) Les résidences touristiques

Ont été rassemblées dans cette catégorie toutes les formes d'hébergement qui ne s'apparentent pas à l'hôtellerie classique ou aux villages de vacances. Certaines stations comme Tanger et Cabo Negro offrent des résidences «de type intégré» accompagnées de services divers et d'équipements sportifs. Ailleurs, des complexes touristiques associent aux hôtels de type classique des bungalows, appartements et chalets, le tout obéissant à une même gestion comme c'est le cas dans les complexes de Maroc-Tourist. Parfois, comme à Agadir, il s'agit de simples immeubles locatifs. Dans l'impossibilité de traiter à part chacun de ces types d'hébergement notamment sur le plan cartographique, on les a tous regroupés dans la même rubrique. Il est certain que c'est là un recensement peu complet qui laisse dans l'ombre au moins la moitié de ce qui a été relevé, car à ce niveau il n'a pas été possible de recenser tous les appartements et villas loués à des touristes et ce dans tout le Maroc. Sur ces 4 200 lits, la côte méditerranéenne et le détroit regroupent plus de la moitié. En effet, cette région a été la première à recevoir les premières «urbanizaciones» de type espagnol. La S.A.T. (Société constituée par la Caisse de Dépôt et de Gestion et la Banque de Paris et des Pays-Bas) a lancé la station de Cabo Negro qui propose des appartements, des villas à acheter et des terrains viabilisés à bâtir. Mais cette «urbanizacion» est de forme légère et peu agressive et n'a rien à voir avec les murs de béton du littoral espagnol.

Maroc-Tourist de son côté adjoint à ses hôtels des villas et appartements pour la location à Al Hoceima et Restinga. Enfin, à Tanger, des capitaux étrangers s'associent à des capitaux marocains pour équiper des ensembles du même genre comme la résidence Marbel (Maroco-belge : 1 000 lits). Quant à Agadir, ce sont surtout des petits capitaux privés qui sont à l'origine des petits immeubles locatifs qui proposent appartements et studios offrant peu de services. A ce type d'hébergement, on peut rattacher les projets des Unités à Aménagement Touristique de la Baie d'Agadir qui accordent une grande place à un habitat individuel et collectif intégré à une station offrant services et distractions.

Les statistiques ne permettent pas de saisir la part de ces résidences dans la fréquentation touristique.

d) Les terrains de camping

L'importance en nombre des terrains de camping et leur distribution dans le pays est un autre signe de l'originalité du tourisme marocain face à la Tunisie. En dépit de la pression des voyages organisés, les circuits individuels sont encore importants et réclament des terrains de camping plus importants et mieux équipés. Aussi, alors qu'en 1964 on ne relevait qu'une douzaine de campings, actuellement on en compte 47 qui sont classés officiellement et une multitude de campings

sauvages sous forme d'aires clôturées et sans équipement. Des efforts accomplis à la fois par les pouvoirs publics et par les collectivités locales ont multiplié ces terrains et en ont amélioré certains. La chaîne hôtelière Diafa en gère deux (Mehdia et Moulay Bousselham) qui présentent un certain confort (piscine), portant à une dizaine le nombre des camps de catégorie supérieure.

Les statistiques concernant les terrains de camping manquent ou ne sont pas disponibles avec suffisamment de détails pour être utilisables. C'est ainsi qu'on évalue à 11 084 le nombre de places de camping classés de tout le pays. Mais ce chiffre a peu de signification dans la mesure où, pendant les saisons de pointe, le nombre des campeurs dépasse de loin la capacité théorique des camps. Ainsi, sur le camping d'Al Hoceima (Cala Bonita) qui offre théoriquement 40 places, on a relevé lors de la saison estivale plus de 200 tentes.

Ces campings se situent avant tout le long du littoral atlantique, de Tanger à Agadir, qui regroupe 60 % du total des places de camping. A l'intérieur du pays, les principales villes ainsi que certains sites intéressants sont dotés de campings. Dans le Moyen Atlas, on en relève plusieurs qui sont utilisés surtout par le tourisme intérieur (carte hors-texte).

Par contre, la côte méditerranéenne est peu équipée en terrains de camping (7,9 % de la capacité totale en places). En particulier la côte Est de la péninsule de Tanger manque curieusement de ce type d'hébergement puisqu'on y relève un seul camp qui est d'ailleurs assez dégradé, alors que la demande aussi bien intérieure qu'étrangère pour ce mode d'hébergement a fait naître toute une série de campings sauvages entre Mdiq et Restinga. Agadir qui occupe la première place quant à la fréquentation touristique n'est dotée que d'un seul camping (4,6 % des places) qui est déjà saturé. Est-ce là le résultat d'une concurrence entre

deux formes d'hébergement, les hôtels de luxe et villages de vacances et les campings, les premiers éliminant les seconds ? Cette constatation est valable aussi pour le Grand Sud (2,1 % des places) où les centres disposant de grands hôtels 4 - 5 étoiles offrent rarement des campings.

Ainsi, mis à part Tanger, les deux autres grandes régions de tourisme de séjour balnéaire disposent de types d'hébergement particuliers et en éliminent d'autres, ce qui constitue un des aspects de l'influence du type du tourisme pratiqué sur ses projections spatiales.

Du fait des réserves émises quant aux statistiques relatives à ce mode d'hébergement, tout ce qu'on peut dire sur la fréquentation c'est que les campings ont hébergé 70 000 touristes étrangers en 1977 avec une prédominance de la fréquentation estivale (86 %) (15).

En conclusion, on peut souligner que l'étude de la structure de l'hébergement révèle déjà une influence du type de tourisme qui prédomine désormais. Les hôtels des catégories 5, 4 et 3 étoiles et les villages de vacances qui sont retenus par les «tour operator» pour leurs voyages organisés constituent 83,2 % de la capacité d'hébergement des touristes au Maroc. L'équipement du pays obéissant de plus en plus aux besoins de ces agents, les catégories de luxe (4 - 5 étoiles) et les villages ont connu le plus fort accroissement et constituent désormais 66,2 % du total des lits qui ont pu être comptabilisés. Ne rentrant pas dans ces totaux, le nombre de lits offerts par les résidences touristiques est dérisoire et les places de camping ont été écartées des principales zones de séjour.

Cette influence du type de tourisme sur les types d'aménagement apparaît encore de façon nette quand on examine la taille des établissements hôteliers.

B - Des établissements hôteliers de plus en plus grands

(Tableau 17 et fig. 31)

Il y a quelques années, on pouvait opposer aisément les établissements touristiques marocains de petite et moyenne tailles au gigantisme des réalisations tunisiennes qui sont nombreuses à dépasser le millier de lits. Mais, si actuellement on est encore loin de ces grands complexes, l'année 1978 a vu l'ouverture à Agadir de deux établissements de 900 lits chacun, ce qui laisse entrevoir une tendance dans ce sens. Plusieurs hôtels atteignent ou dépassent les 600 lits notamment à Fes et à Marrakech (l'ex Holiday Inn), à Tanger (Hôtel Malabata 600 lits, le Solazur 720 lits) et à Agadir.

Au total, la taille moyenne des établissements a connu une forte croissance puisqu'en 13 ans elle a presque doublé, l'augmentation du nombre de lits ayant été

plus forte que celle du nombre d'hôtels (exception faite des villages de vacances qui étaient presque inexistantes). Celle des 4 - 5 étoiles a plus que doublé, alors que la taille moyenne des hôtels, 1 - 2 étoiles, est seule à connaître une diminution. Les villages de vacances sont tous de grande capacité, avec une taille moyenne de 641 lits (le village d'Al Hoceima bat le record avec 1 200 lits).

La taille moyenne des établissements varie aussi selon les régions (tableau 18). En règle générale, les régions de séjours balnéaires disposent d'établissements de grande taille : 238 lits pour Agadir et 327 lits pour la côte méditerranéenne alors que la taille moyenne toutes catégories et toutes régions est de 132 lits. Cette taille moyenne est de 147 lits sur le littoral et de 100 lits

(15) D'après une estimation du Ministère du Tourisme, service des Etudes

	4-5 ét.	3 ét.	1-2 ét.	V.V.T.	toutes catégories
1964	110,0	68,0	54,0	900,0	80,0
1978	201,9	82,8	38,3	640,9	131,9

Tableau 17 - Evolution de la taille moyenne des établissements hôteliers entre 1964 et 1977
(en nombre de lits)

Sources: Ministère du Tourisme - O.N.M.T. (guide des hôtels, 1977) - Enquête personnelle

Région	Taille moyenne	
Littoral		
Tanger	161,4	
Côte méditerranéenne	327,0	
Agadir	216,0	
Les trois principales régions littorales		217,3
Côte atlantique jusqu'à: Essaouira	94,8	
Reste de la côte sud et sud atlantique	53,4	
Toutes les régions du littoral		147,2
- Intérieur		
Rif	111,3	
Meknès - Fes	105,4	
Marrakech et région	134,5	
Sud intérieur	121,3	
Moyen Atlas et Plateau Central	57,1	
Oriental	102,0	
Toutes régions de l'intérieur		100,0
Taille moyenne toutes régions		131,9

Tableau 18 - Taille moyenne des établissements hôteliers par régions touristiques (en nombre de lits), 1977

Sources: O.N.M.T. Enquête personnelle

dans les régions de l'intérieur. On peut aussi opposer les régions les plus fréquentées par le tourisme international aussi bien dans l'intérieur que sur le littoral et qui offrent surtout des établissements de grandes dimensions, aux autres régions fréquentées surtout par le tourisme intérieur et qui disposent de petits établissements. Les trois principales régions littorales (Agadir, Tanger, côte méditerranéenne) avec une taille moyenne de 217 lits, Marrakech 134 lits, et le Sud intérieur 121 lits illustrent le premier cas. La côte atlantique jusqu'à Essaouira (94,8 lits) et le Moyen Atlas-Plateau Central (57,1 lits) sont des exemples du deuxième cas. Cette opposition correspond aussi à l'âge des installations : dans le premier cas, on a affaire à des édifications récentes postérieures à 1964 alors que dans le deuxième cas, la plupart des établissements datent d'avant le plan 1965-67. Ceci nous amène à lier type de tourisme et taille des établissements :

Pour une économie d'échelle et pour abaisser au maximum les prix du transport aérien, les «tour operator» affrètent surtout des avions de grande capacité. Or, ces agences préfèrent regrouper autant que possible les 400 clients d'un

Jumbo dans un même établissement afin de réduire le personnel d'accompagnement et limiter les tâches d'organisation.

- Le tourisme de séjour balnéaire étant basé essentiellement sur des séjours au sein de l'établissement hôtelier, un effort soutenu d'animation est nécessaire. Le Club Méditerranée s'est imposé grâce à cette animation. Or, au-dessous d'un certain nombre de participants dans le groupe à héberger, il est impossible de créer et d'entretenir cette animation.

Pour ces deux raisons, les promoteurs de l'hôtellerie sont obligés de réaliser ces grands «complexes» de luxe. Ceux-ci auront un impact très net et durable sur le paysage qui se trouve modifié par ces grandes constructions en dur. En plus, le fonctionnement même de ces complexes fait que la région qui les accueille tire plus ou moins bénéfice de l'activité touristique. Ces conséquences qui seront abordées plus loin confirment encore une fois l'influence du type de tourisme sur l'espace. Cette influence se traduit aussi sur la distribution géographique de ces moyens d'hébergement.

II - UNE REPARTITION DE PLUS EN PLUS CONCENTREE DANS CERTAINES REGIONS DU LITTORAL

La répartition des moyens d'hébergement permet d'isoler différentes régions plus ou moins équipées. Après un essai d'explication de cette répartition à travers l'évolution dans le temps, un découpage régional est proposé, et la capacité d'accueil de

chacune de ces régions décrite. Cette description sera brève quand il s'agira des deux régions qui font l'objet de la troisième partie : Agadir et la côte méditerranéenne.

A - L'évolution de la répartition géographique de 1964 à nos jours

La distribution géographique actuelle de la capacité hôtelière résulte de deux phases principales. Une première distribution est héritée de la période coloniale et des premières années de l'indépendance ; elle est résumée dans les deux premières colonnes du tableau

19. Dans un deuxième temps, l'évolution récente du tourisme, suscitée par les différents plans et par la demande internationale, se traduit dans l'espace par l'apparition de nouvelles régions qui jusque là étaient vides de toute installation touristique.

1) - La situation en 1964 (16)

En 1964, sur les quelque 17 000 lits touristiques du Maroc, plus de 50 % se situaient entre Tanger et Casablanca, le reste se répartissait entre Fes, Marrakech, les petits centres du Moyen Atlas autour d'Ifrane et quelques implantations dans le Sud. Agadir et la côte méditerranéenne étaient quasi-vides.

Cette répartition répondait aux besoins des types de tourisme pratiqués. Le tourisme de séjour aristocratique se rencontrait à Marrakech, Tanger et Mohammedia. Un tourisme itinérant, aristocratique lui

aussi, et les incursions des croisiéristes pratiquaient des circuits joignant les villes impériales. Enfin, un tourisme d'affaires se dirigeait vers Casablanca. Quant aux installations du Moyen Atlas et les quelques petites stations balnéaires de la côte atlantique comme El Jadida et Oualidia, elles recevaient essentiellement des nationaux et des résidents étrangers du Maroc.

Le déséquilibre déjà existant entre le littoral (71,1 % de la capacité totale) et l'intérieur n'était pas tellement lié à la mer puisqu'à part Tanger, les autres grandes

(16) L'année 1964 est choisie comme point de départ pour la raison indiquée plus haut

Région	1964		1977		augmen- tation en %
	nb de lits	répart. %	nb de lits	répart. %	
Tanger	2.890	16,6	7.942	16,5	174,8
Côte méditerranéenne	1.032	5,9	6.057	12,5	486,9
Côte atlantique jusqu'à Essaouira	7.994	45,8	9.931	20,6	24,2
dont : Casablanca	—	—	(3.861)	(8,0)	—
Rabat	—	—	(2.251)	(4,6)	—
Agadir-Inezgane	144	0,8	9.465	19,6	6472,9
Reste de la côte Sud	356	2,1	909	1,9	155,3
Rif	424	2,4	1.225	2,5	188,9
Meknes-Fes	1.246	7,1	3.326	6,9	166,9
Marrakech et région	1.770	10,1	4.842	10,0	173,5
Sud Intérieur	308	1,8	2.306	4,8	648,7
Moyen Atlas et Plateau Central	994	5,7	1.428	3,0	43,6
Oriental	290	1,7	817	1,7	181,7
Total	17.448	100,0	48.248	100,0	176,5

Tableau 19 - Evolution du nombre de lits et de leur répartition géographique

Sources: Ministère du Tourisme-O.N.M.T. (guide des hôtels 1977)

-Enquête personnelle

concentrations de lits à Casablanca et à Rabat ne répondaient pas à ce besoin. En fait, cette localisation sur le littoral atlantique s'appuyait surtout sur les

2) - La situation actuelle

Pendant les treize dernières années, le tourisme balnéaire de masse a entraîné l'apparition de nouvelles régions d'accueil qui, très vite, ont pris la tête du classement prouvant par là le dynamisme et la prédominance de ce type de tourisme.

La côte méditerranéenne passe de 6 % à 12,5 % de la

agglomérations urbaines qui étaient concentrées sur cette côte.

capacité totale en lits avec un fort taux d'accroissement. La côte méditerranéenne occidentale, en particulier, occupe le 4^e rang par sa capacité en lits. Agadir, partant d'un pourcentage plus faible, devient la première ville par sa capacité hôtelière avec 9 465 lits et un taux d'accroissement de 6 478 % alors que le taux moyen pour tout le pays est de 176,5 %. Du

coup, l'importance relative de la côte atlantique nord a été sérieusement réduite : Casablanca avec 3 861 lits occupe désormais la 5^e place après Agadir, Tanger (7 942 lits), Marrakech (4 529 lits) et la côte méditerranéenne occidentale.

Dans cette nouvelle répartition, le littoral en tant que pôle d'attraction et site de localisation a joué à plein pour Agadir, la côte méditerranéenne et Tanger, ce qui constitue un aspect tout nouveau pour le Maroc. La concentration des graphiques dans certaines régions littorales donne une première idée sur cette attraction.

L'opposition entre un littoral bien équipé et un intérieur moins bien équipé se précise, puisque désormais 71,1 % de la capacité hôtelière sont localisés sur le littoral. Les perspectives d'avenir accusent ce déséquilibre puisque les projets en cours de réalisation à la fin du plan 1973-1977 se répartissent comme suit :

Agadir	29,5 %
Tanger	22,1 %
Marrakech	19,0 %
Rabat	15,4 %
reste	8,5 %

B - Les régions et centres d'accueil du littoral

Le long du littoral aussi bien atlantique que méditerranéen, les 34 304 lits se répartissent de façon assez inégale. On relève trois sortes de regroupements sur la carte 33 :

- Les côtes où les équipements sont assez lâches et faibles avec des petits centres séparés par de grands vides. C'est le

1) - Les régions peu équipées

a) La côte atlantique de Tanger à Kénitra

Mise à part Asilah qui dispose d'un village de vacances de 600 lits (Safir), les autres centres : Larache, Moulay Bouselham et Mehdiya sont équipés de campings classés de qualité. Au total, c'est une région vide.

b) La côte atlantique d'Azemmour à Essaouira

Elle se trouve à peu près dans le même cas que la précédente sauf que les centres équipés en hôtels sont plus éloignés les uns des autres (El Jadida et Essaouira). Une autre particularité de la région est l'importance des moyens d'hébergement autres que les hôtels et les villages de vacances. Des ensembles de bungalows et de chalets se situent à Azemmour, El Jadida, Sidi Bouzid et Oualidia et reçoivent avant tout des touristes nationaux. Ce sont avant tout de petits

Ainsi, 72,5 % des lits en finition se situent sur le littoral dont 51,6 % dans des régions touristiques déjà bien équipées. Des nouvelles régions avantagées par le nouveau code des investissements, seuls Azemmour, Safi, Essaouira, Erfoud et l'Oriental ont été touchés avec une part en lits dérisoire : 4,5 %.

Mais on doit noter l'aspect relatif de ce déséquilibre face à la Tunisie où le littoral accapare 88 % des lits. Une relative dispersion est à relever avec les noyaux autour de Fes, Meknès, Marrakech et surtout le Grand Sud. Dispersion qui trouve son origine tout d'abord dans l'héritage signalé plus haut et dans les pratiques du tourisme itinérant qui se maintient de nos jours.

Aussi, dans l'analyse de la répartition géographique des moyens d'hébergement, on opposera le littoral à l'intérieur, en dégagant à l'intérieur de chaque zone les régions à fortes capacités d'accueil et celles peu ou moyennement équipées.

cas du littoral qui s'étend de Tanger à Kénitra et de celui qui joint Casablanca à Essaouira.

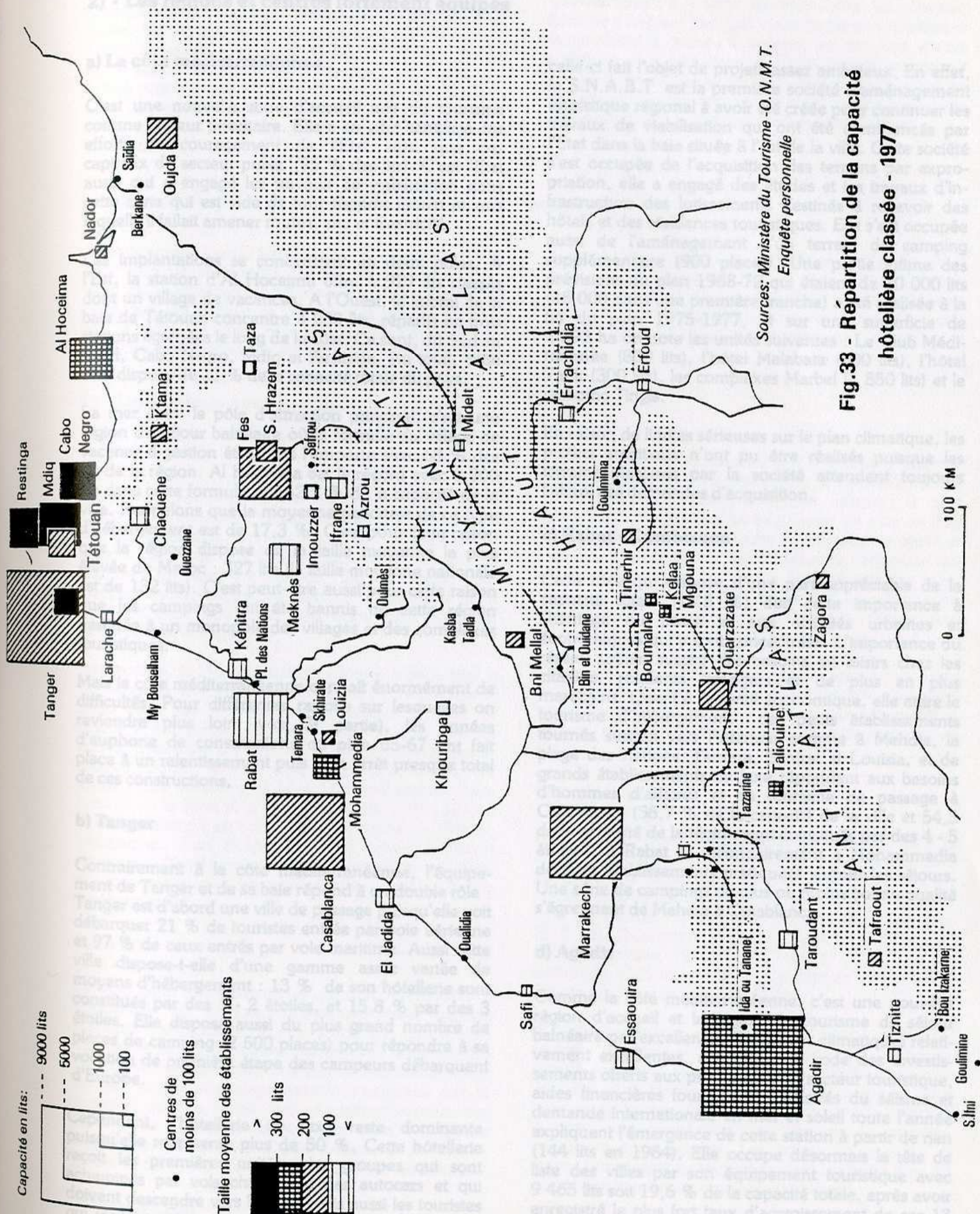
- Des zones où les équipements sont très denses et rapprochés et qui correspondent à la côte située entre Rabat et Casablanca et la côte Est de la Péninsule tingitane.

- Des centres à forte capacité d'accueil au milieu de zones relativement vides : Tanger, Agadir et Al Hoceima.

regroupements, soit de vieux bungalows (Oualidia ou El Jadida), soit des bâtiments plus modernes mais bas et peu agressifs : la petite station de Sidi Bouzid est une réussite à cet égard. Mais en général, la morphologie défavorable du littoral l'emporte sur certains aspects humains attirants comme le paysage d'Oulja et les monuments hispano-lusitaniens, et on ne relève pas d'installations pour recevoir le tourisme international.

c) La côte atlantique au sud d'Agadir

C'est une région quasi-vide qui bénéficie de plusieurs projets comme les relais-étapes et le village du Club Méditerranée d'Ifni. Mais ces projets n'ont pas encore vu un début d'application. Aux problèmes conjoncturels s'ajoutent de faibles potentialités naturelles et des problèmes d'approvisionnement en eau douce.



2) - Les régions et centres fortement équipés

a) La côte méditerranéenne

C'est une nouvelle zone d'accueil née du tourisme comme secteur prioritaire. Elle a en effet bénéficié des efforts d'encouragement de l'Etat ainsi que des capitaux du secteur public (95 % des lits). C'est l'Etat aussi qui a engagé les travaux de viabilisation dans cette zone qui est vide de tout support urbain et vers laquelle il fallait amener routes, eau et électricité.

Les implantations se concentrent en deux pôles. A l'Est, la station d'Al Hoceima offre 1 927 lits classés dont un village de vacances. A l'Ouest, le littoral de la baie de Tétouan concentre 4 000 lits, répartis en trois stations égrenées le long de la côte. Ce sont, du Sud au Nord, Cabo Negro, Mdiq et Restinga. Au total, cette côte dispose de 13 % de la capacité totale du pays.

La mer étant le pôle d'attraction principal, c'est une région de séjour balnéaire où la formule du village de vacances à gestion étrangère l'emporte avec 68 % des lits de la région. Al Hoceima bat le record avec 1 200 lits dans cette formule soit 62,2 % de la capacité de la ville. Rappelons que la moyenne nationale de ce type d'hébergement est de 17,3 %. C'est pour cette raison que la région dispose de la taille moyenne la plus élevée du Maroc : 327 lits (la taille moyenne nationale est de 132 lits). C'est peut-être aussi pour cette raison que les campings ont été bannis de cette région destinée à un monopole des villages et des complexes touristiques.

Mais la côte méditerranéenne connaît énormément de difficultés. Pour différentes raisons sur lesquelles on reviendra plus loin (voir 3^e partie), les années d'euphorie de constructions du plan 65-67 ont fait place à un ralentissement puis à un arrêt presque total de ces constructions.

b) Tanger

Contrairement à la côte méditerranéenne, l'équipement de Tanger et de sa baie répond à un double rôle : Tanger est d'abord une ville de passage puisqu'elle voit débarquer 21 % de touristes entrée par voie aérienne et 97 % de ceux entrés par voie maritime. Aussi cette ville dispose-t-elle d'une gamme assez variée de moyens d'hébergement : 13 % de son hôtellerie sont constitués par des 1 - 2 étoiles, et 15,8 % par des 3 étoiles. Elle dispose aussi du plus grand nombre de places de camping (2 500 places) pour répondre à sa vocation de première étape des campeurs débarquant d'Europe.

Cependant, l'hôtellerie de luxe reste dominante puisqu'elle représente plus de 50 %. Cette hôtellerie reçoit les premières nuitées des groupes qui sont acheminés par vols charter ou par autocars et qui doivent descendre vers le Sud, mais aussi les touristes qui viennent pour des séjours balnéaires. C'est pour répondre à ce dernier style qu'un village du Club Méditerranée (800 lits) a été installé dans la baie et que

celle-ci fait l'objet de projets assez ambitieux. En effet, la S.N.A.B.T. est la première société d'aménagement touristique régional à avoir été créée pour continuer les travaux de viabilisation qui ont été commencés par l'Etat dans la baie située à l'est de la ville. Cette société s'est occupée de l'acquisition des terrains par expropriation, elle a engagé des études et les travaux d'infrastructure des lotissements destinés à recevoir des hôtels et des résidences touristiques. Elle s'est occupée aussi de l'aménagement d'un terrain de camping supplémentaire (900 places). Une partie infime des prévisions du plan 1968-72 qui étaient de 30 000 lits (15 000 dans une première tranche) a été réalisée à la fin du plan 1975-1977, et sur une superficie de 1 393 ha on note les unités suivantes : Le Club Méditerranée (800 lits), l'hôtel Malabata (600 lits), l'hôtel Tarik (300 lits), les complexes Marbel (1 850 lits) et le camping Tingis.

En raison de limites sérieuses sur le plan climatique, les projets ambitieux n'ont pu être réalisés puisque les terrains viabilisés par la société attendent toujours l'afflux des demandes d'acquisition.

c) Rabat - Casablanca

Cette côte qui dispose d'une part appréciable de la capacité totale (14,5 %) doit cette importance à l'héritage du passé et aux activités urbaines et économiques qui y sont concentrées. L'importance du réseau urbain suscite des besoins en loisirs chez les citadins, résidents étrangers et de plus en plus marocains. Quant à l'activité économique, elle attire le tourisme d'hébergement : des petits établissements tournés surtout vers l'intérieur comme à Mehdiya, la plage des Nations, Temara, Skhirat et Louizia, et de grands établissements de luxe répondant aux besoins d'hommes d'affaires et au tourisme de passage à Casablanca (56,7 % de la capacité de la ville et 54,5 de la capacité de la région sont constitués par des 4 - 5 étoiles), à Rabat et secondairement à Mohammedia dont les établissements pratiquent surtout les séjours. Une série de campings de plus ou moins bonne qualité s'égrènent de Mehdiya à Casablanca.

d) Agadir

Comme la côte méditerranéenne, c'est une nouvelle région d'accueil et la région de tourisme de séjour balnéaire par excellence. Conditions climatiques relativement excellentes, avantages du code des investissements offerts aux promoteurs du secteur touristique, aides financières fournies aux sinistrés du séisme et demande internationale en mer et soleil toute l'année expliquent l'émergence de cette station à partir de rien (144 lits en 1964). Elle occupe désormais la tête de liste des villes par son équipement touristique avec 9 465 lits soit 19,6 % de la capacité totale, après avoir enregistré le plus fort taux d'accroissement de ces 13 dernières années.

Le plan de reconstruction donnant la priorité au

tourisme et réservant à ses activités tout le secteur côtier, toutes les implantations ont été réalisées dans ce cadre. Ce secteur touristique, comportant de grands hôtels de luxe qui représentent 58,6 % de la capacité totale de la ville et les trois villages de vacances, se trouve pratiquement coupé du reste de la ville. Celle-ci offre des établissements plus petits et des résidences touristiques. Le camping assez bien équipé se révèle insuffisant.

C - Les centres et les régions d'accueil de l'intérieur

Contrairement aux implantations du littoral, la répartition de la capacité d'hébergement dans l'intérieur est relativement bien dispersée et diffuse à tel point qu'il est difficile de repérer des régions comme sur la côte. A part Marrakech qui s'entoure de quelques petites stations satellites du Haut Atlas occi-

dentale, et Fes qui forme avec Meknes, Sidi Harazem et les quelques stations du Moyen Atlas autour d'Ifrane, une concentration de moyens d'hébergement, le reste des moyens d'hébergement de l'intérieur est assez dispersé le long de quelques itinéraires.

1) - Les régions peu équipées

a) L'Oriental

C'est une région non intégrée aux circuits classiques du tourisme international. Quant au tourisme de séjour, il ne concerne que les nationaux qui fréquentent la station de Saidia aux faibles capacités et Nador qui dispose d'un hôtel 4 étoiles de 128 lits. Oujda, ville-frontière semble suréquipée depuis la fermeture de la frontière alors que Taza ville-étape offre un petit potentiel aux voyageurs.

Néanmoins, la région apparaît comme suréquipée si on compare son potentiel hôtelier à sa fréquentation assez faible par le tourisme international. L'hôtel de Nador a été conçu dans la même optique que les autres implantations de la côte méditerranéenne (Maroc-Tourist). Oujda, capitale de province, a été dotée d'une hôtellerie de luxe de forte capacité. Mais comme on le verra plus loin le Nord-Est, ainsi que tout le Maroc oriental est complètement coupé du «Maroc touristique». Son éloignement des centres d'intérêt classiques (Fes-Marrakech) peut expliquer sa non-programmation par les agences de voyages et son suréquipement.

b) Le Rif

Le long de la route des crêtes qui relie Al Hoceima à Chaouene et Tetouan, s'égrènent trois centres d'accueil qui totalisent plus de 1 200 lits. La capacité augmente de l'Est à l'Ouest : Ketama (1 hôtel de 136 lits), Chaouène (4 hôtels, 342 lits) et Tetouan (6 hôtels et 747 lits). Cette augmentation s'explique par la vocation de ces hôtels qui répondent surtout aux besoins du tourisme de passage, dont le volume augmente de l'Est vers l'Ouest à cause de la convergence du réseau routier et de la fréquence des circuits.

c) Moyen Atlas

C'est l'une des régions qui a vu sa part diminuer depuis

1964. En effet, peu touchée par le tourisme international, cette région n'a pas connu le dynamisme des constructions hôtelières enregistré ailleurs. A part Ifrane qui a vu sa capacité augmenter de plus de 200 lits, les autres installations sont un héritage du passé et répondent aux besoins des vacanciers nationaux qui s'y rendent en famille. De ce fait, ce sont les catégories 1 - 2 et 3 étoiles qui l'emportent. La région offre aussi quelques campings dont certains, comme celui d'Ifrane, sont assez bien équipés.

On doit ajouter à cet ensemble deux autres villes éloignées et isolées : Beni Mellal et Midelt. Ces deux centres se trouvent sur des itinéraires bien fréquentés et offrent, notamment Beni Mellal, un hébergement de qualité.

d) Le Sud intérieur

Disposant au total de 2 306 lits, cette région est à la limite des régions bien équipées et de celles peu équipées. La localisation de ses centres d'accueil est linéaire le long de la route principale n°32 et rappelle celle du Rif. De l'Ouest vers l'Est on relève Taliouine (212 lits), Ouarzazate (641 lits), Kalaat Mgouna (210 lits), Boumalne (200 lits), Tinerhir (210 lits) et Errachidia (223 lits), avec deux antennes vers le Sud à Zagora (222 lits) et Erfoud (147 lits).

A part Ouarzazate qui dispose de plusieurs établissements (3 hôtels et 1 village de vacances), les autres étapes comptent toutes un hôtel de taille moyenne (200 lits) et de catégorie supérieure, et parfois un petit hôtel de catégorie inférieure. Comme dans le Rif et sur la côte méditerranéenne, les terrains de camping manquent curieusement. Les hôtels de luxe 4 - 5 étoiles l'emportent largement mettant la région hors de portée des bourses du tourisme individuel.

En fait, ces implantations répondent surtout aux besoins des groupes de passage. Avec le village de Ouarzazate (Club Méditerranée), le tourisme interna-

tional de séjour fait son apparition dans la région mais reste modeste.

2) - Les centres et régions fortement équipées

a) Fes-Meknès

En dépit d'un intérêt touristique évident et reconnu par les agences internationales, l'ensemble Fes-Meknès n'occupe pas une place privilégiée quant à sa capacité hôtelière. Sa part a même baissé entre 1964 et 1977 en dépit d'une augmentation appréciable qui a fait presque tripler la capacité de départ.

Mais c'est une région qui ne fait l'objet que d'une courte visite sans séjour prolongé. Ceci est plus valable pour Meknès qui est concurrencée par Fes pour les étapes. Cette dernière compte 2 000 lits avec une prédominance des catégories de luxe (69,3 % de la capacité totale). Meknès avec la moitié de cette capacité (918 lits) offre 48 % de sa capacité en 4 - 5 étoiles. Sidi Harazem, station satellite de Fes répond avec 300 lits à la demande du tourisme intérieur.

b) Marrakech

Marrakech, à elle seule, dispose de plus de lits que les villes de Fes-Meknès réunies, soit 4 520 lits. 65,3 % de cette capacité sont constitués par des catégories de luxe. Avec les petites stations de l'arrière-pays montagneux, cette ville concentre 10 % de la capacité nationale et a connu un taux d'accroissement assez élevé. Comme Agadir sur le littoral, Marrakech a connu une certaine fièvre des constructions et deux lotissements ont été aménagés pour recevoir des constructions hôtelières. La raison principale de cet accroissement réside dans le succès que connaît Marrakech aussi bien pour le tourisme de passage des classiques tours des villes «impériales» et du Grand Sud, que pour le tourisme de séjour qui y est assez important. Un signe de l'importance de ce dernier type de tourisme est l'implantation d'un village du Club Méditerranée (432 lits).

CONCLUSION

A travers tout ce qui précède la relative dispersion des moyens d'hébergement du Maroc par rapport à la Tunisie se trouve confirmée aussi bien par la poussière de petites installations que montre la carte que par l'existence de grandes concentrations de lits un peu partout dans le pays. Mais à côté de l'apparition des deux nouvelles régions de tourisme balnéaire que sont Agadir et la côte méditerranéenne, toutes les nouvelles créations hôtelières sont allées s'ajouter aux capacités des grands centres déjà existants, comme Tanger, Marrakech, Fes et le Sud intérieur (fig. 34). Aussi assiste-t-on à une concentration des moyens d'hébergement dans quelques pôles d'attractions. C'est le cas d'Agadir qui est en voie d'offrir 20 % de la capacité totale, de Marrakech (10 %) et de Tanger (16 %). Entre ces différents pôles, les vides déjà signalés (TROIN J.F., 1965) demeurent. Des itinéraires, bien qu'intéressants comme dans le Rif ou au pied du Moyen et du Haut Atlas, ont reçu de rares installations (Beni Mellal).

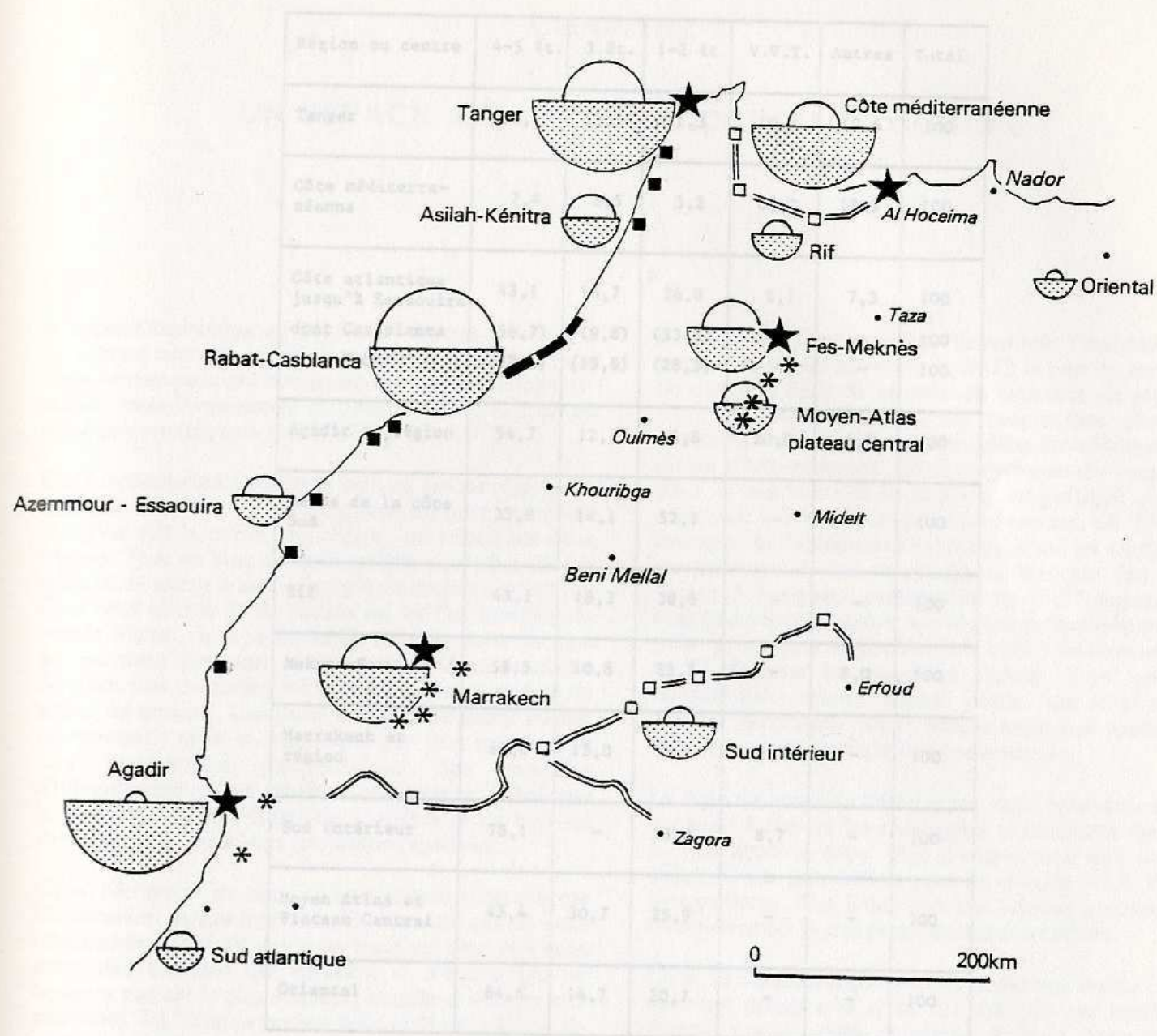
De ce fait, sur un plan général, on relève plusieurs types d'implantations (fig. 34). Seule une région dispose de centres relativement rapprochés : c'est la côte comprise entre Rabat et Casablanca, le rapprochement étant dû avant tout à l'urbanisation de cet espace. Partout ailleurs, les centres d'hébergement sont relativement espacés. La disposition de ces centres est d'abord linéaire. Cet alignement est guidé soit par la côte dans les zones littorales, soit par une route dans l'intérieur (Rif - Sud intérieur). Ces centres peuvent être aussi dispersés et tout d'abord dans une région à faible capacité d'hébergement comme c'est le cas des zones fréquentées surtout par le tourisme intérieur : la côte d'Azemmour à Essaouira. Ils peuvent

être aussi dispersés mais autour d'un grand pôle d'attraction qui concentre une forte capacité hôtelière comme c'est le cas des petits centres satellites autour de Fes et Marrakech. Enfin le dernier type d'implantation se présente sous forme des villes qui disposent d'une forte capacité en lits, mais qui se situent dans une région quasi-vide d'installations touristiques. Le cas le plus net est représenté par Al Hoceima, mais on peut en rapprocher Agadir et Marrakech.

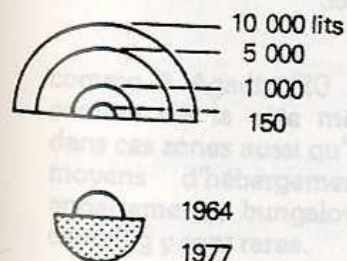
Aussi le tourisme se révèle comme un facteur qui joue un rôle non négligeable dans l'aménagement de l'espace national par toutes ces constructions en dur et durables qui se répartissent d'une certaine façon.

Il intervient aussi au niveau local en imposant formes architecturales et dimensions aux implantations touristiques. Le commentaire du tableau 18 a déjà mis en évidence le rapport qu'il y a entre le tourisme international et les grandes unités des régions qu'il fréquente, de même que le lien existant entre ces établissements de grande taille et les régions qui connaissent surtout un tourisme de séjour. A l'opposé, les zones recevant surtout du tourisme intérieur, et celles hébergeant le tourisme international de passage voient pousser avant tout des unités de petite et moyenne dimensions.

A travers le tableau 20, on voit apparaître aussi que dans les zones aménagées pour le tourisme international, les lits de catégories de luxe (4 - 5 étoiles) dépassent 50 % de la capacité en lits de la région. Quand ce pourcentage est faible, ce sont les Villages de Vacances qui contrôlent une bonne partie des lits



Capacité hôtelière par grandes régions



- ■ ■ Centres espacés et disposés de façon linéaire le long d'une côte
- — — Centres très rapprochés
- = □ = Centres espacés et disposés de façon linéaire le long d'une route
- ★ Villes disposant d'une forte capacité hôtelière au milieu d'une région
- * * Centres satellites
- Centres isolés

**Fig 34 - Evolution de la capacité hôtelière par région
- typologie des implantations -
(1964 - 1977)**

Région ou centre	4-5 ét.	3 ét.	1-2 ét.	V.V.T.	Autres	Total
Tanger	52,1	13,9	11,3	10,1	12,6	100
Côte méditerranéenne	7,4	8,5	3,2	62,0	18,9	100
Côte atlantique jusqu'à Essaouira	43,1	16,7	26,8	6,1	7,3	100
dont Casablanca	(56,7)	(9,8)	(33,5)	-	-	100
Rabat	(52,1)	(19,6)	(28,3)	-	-	100
Agadir et région	54,7	12,7	5,8	20,0	6,8	100
Reste de la côte Sud	33,8	14,1	52,1	-	-	100
Rif	43,1	18,3	38,6	-	-	100
Meknes-Fes	58,5	10,8	22,7	-	8,0	100
Marrakech et région	63,0	15,0	13,1	8,9	-	100
Sud intérieur	78,1	-	13,2	8,7	-	100
Moyen Atlas et Plateau Central	43,4	30,7	25,9	-	-	100
Oriental	64,6	14,7	20,7	-	-	100

Tableau 20 - Structure de l'hébergement par grandes régions (en pourcentage)- 1977 -

Sources: Ministère du Tourisme-O.N.M.T. (guide des hôtels 1977) - Enquête personnelle

comme à Agadir (20 %) ou la majorité de ces lits comme sur la côte méditerranéenne (62 %). C'est dans ces zones aussi qu'on relève l'existence des autres moyens d'hébergement (résidences touristiques, appartements, bungalows ...). Enfin, les terrains de camping y sont rares.

Ces éléments des moyens d'hébergement sont très importants dans la mesure où ils vont tous s'inscrire dans le paysage de chacune des régions précitées,

entraînant différents types d'occupations spatiales de détail.

La description du présent chapitre s'étant attachée surtout à l'aspect global et à la répartition au niveau de tout le Maroc, une analyse plus en détail de faits spatiaux dus au tourisme sera tentée dans le second chapitre de cette partie, ainsi que dans la troisième partie.

A - Un tourisme diffus où prédominent quelques itinéraires privilégiés

1) - Les types de circuits

Presque tous les «tour operators» offrent des circuits, soit vendus isolément, soit se combinant avec un séjour. Mais la dernière formule l'emporte largement. Deux circuits se détachent et reviennent souvent chez

toutes les agences. Le premier, de type «culturel», concerne les anciennes capitales ou «villes impériales». Le deuxième est de type «aventure et découverte» et parcourt le Sud marocain.

CHAPITRE II

UN ESPACE A LA FOIS PARCOURU ET OCCUPE

«L'espace touristique est à la fois un espace parcouru et un espace occupé, un déplacement et un séjour ; ces deux formes peuvent être complémentaires ou concurrentes, mais l'importance de chacune varie suivant les situations envisagées» (MIOSSEC J.M., 1975).

Cette constatation s'applique bien au cas du Maroc. En effet, contrairement à certains pays où prédomine soit le séjour soit le circuit, au Maroc, on relève les deux formes. Tout au long de la deuxième partie il a été fait allusion de temps à autre au style de tourisme pratiqué. C'est ainsi qu'à la fin de l'étude sur les flux touristiques vers le Maroc, on a souligné les modifications du type de tourisme pratiqué et le passage d'un tourisme itinérant plus ou moins individuel vers un tourisme de séjour de groupe. Ces deux formes coexistent encore maintenant : elles se traduisent par une structure et une répartition particulières des moyens d'hébergement. Aussi est-il temps d'essayer de préciser la part de ces deux types de tourisme et de tirer les conclusions quant à leurs projections spatiales.

Cette démarche ne sera qu'une simple tentative car l'information exacte manque. Et même au cas où cette information existerait, peut-on trancher avec précision entre des touristes qui circulent et d'autres qui ne bougent pas car le plus souvent, circuits et séjours sont combinés ? L'imbrication est telle qu'il est difficile de saisir la frontière entre les deux formes. Néanmoins, munis des résultats de l'enquête de 1972, de ceux de l'enquête personnelle partielle de 1977, des relevés des nuitées de 1978, ainsi que des indications indirectes fournies par les catalogues publicitaires, on peut proposer quelques éléments qui peuvent aider à la compréhension du phénomène.

La part des deux types de tourisme :

A la lumière des résultats de l'enquête des «Consé-

quences du Tourisme sur l'Economie Nationale» on peut estimer aux environs de 1973 la part du tourisme de circuit à 45,9 % et celle du tourisme de séjour à 54,1 %. Naturellement, ces proportions changent complètement quand on considère les réponses par mode d'hébergement. Dans les villages de vacances, 93,1 % des touristes enquêtés n'ont pratiqué que des séjours et 6,9 % des circuits. Inversement, 68,3 % des touristes de l'échantillon interrogé dans les campings-caravaning ont fait du tourisme itinérant (fig. 35). Quant à l'enquête personnelle de 1977 auprès des établissements hôteliers, elle donne pratiquement 0 % pour le tourisme de circuit sur la côte méditerranéenne et 77 % pour les séjours à Agadir. N'ont pas été considérées comme faisant partie des circuits, les courtes excursions dans l'arrière-pays que pratiquent les résidents des clubs et hôtels de séjours.

Le type de produit offert par les «tour operator» et qui apparaît à travers les catalogues publicitaires (saisons 77-78) accorde aussi plus d'importance aux séjours (55,4 % des propositions) sur les circuits (44,6 % des propositions). Les brochures des saisons précédentes réservaient 60 % des propositions aux circuits.

Enfin, la répartition géographique des nuitées de 1978, donnant presque le quart du total de ces nuitées à Agadir, grand centre de séjour, indique l'importance réelle de cette formule.

On peut donc conclure que la part du tourisme de séjour a connu une augmentation notable ces dernières années aux dépens de celle du tourisme de circuit. Mais celle-ci demeure aussi importante. Cette évolution a déjà été pressentie dans les conclusions de la partie précédente. Mais il serait intéressant de voir maintenant la répartition et l'impact de ces deux styles sur l'espace marocain.

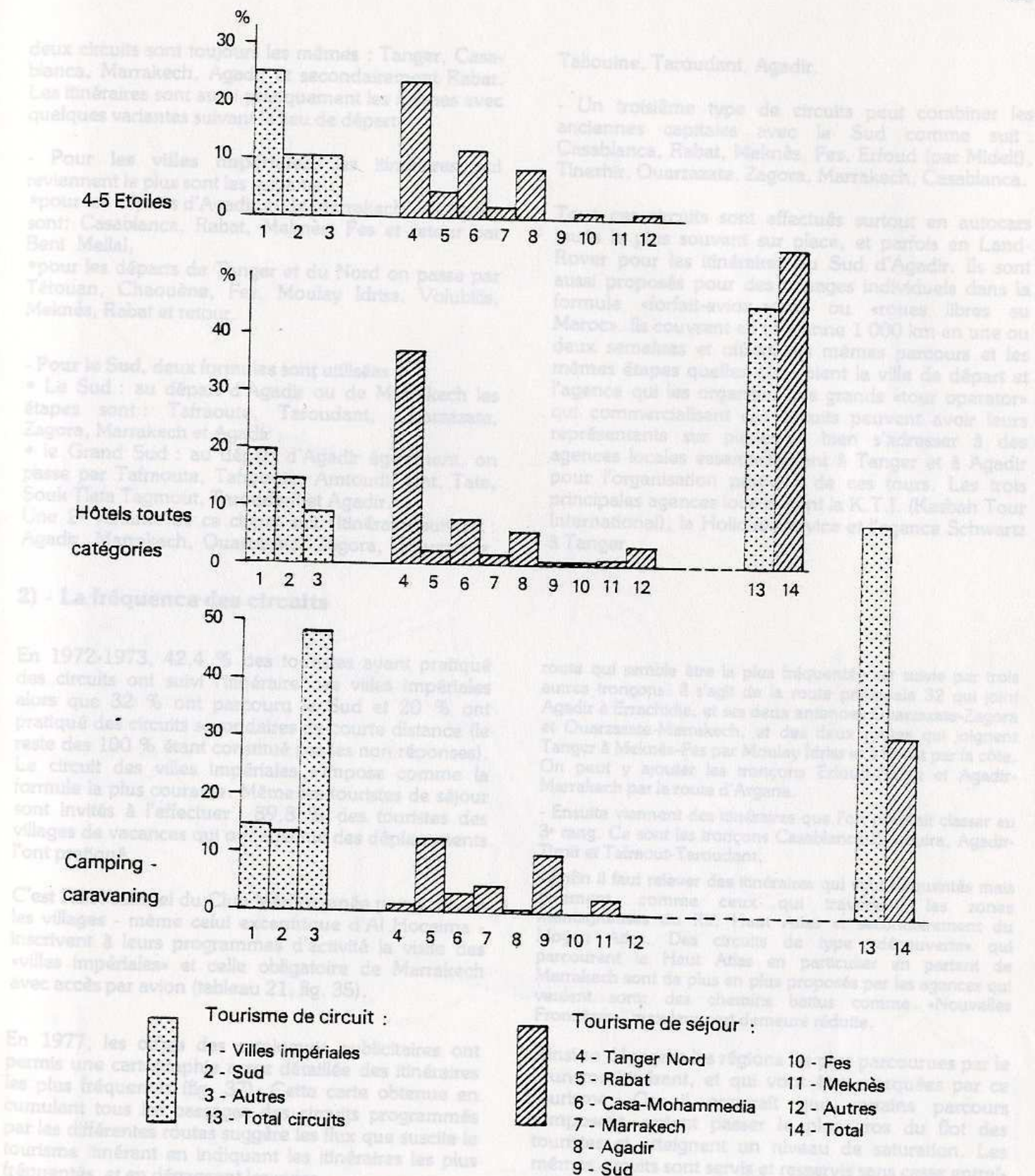
I - L'ESPACE PARCOURU

A - Un tourisme diffus où prédominent quelques itinéraires privilégiés

1) - Les types de circuits

Presque tous les «tour operator» offrent des circuits, soit vendus isolément, soit se combinant avec un séjour. Mais la dernière formule l'emporte largement. Deux circuits se détachent et reviennent souvent chez

toutes les agences. Le premier, de type «culturel», concerne les anciennes capitales ou «villes impériales». Le deuxième est de type «aventure et découverte» et parcourt le Sud présaharien. Les villes de départ des



D'après les résultats de l'enquête « Les conséquences du tourisme sur l'Economie Nationale »

Fig. 35 - Tourisme de séjour et tourisme de circuit par mode d'hébergement - 1973

deux circuits sont toujours les mêmes : Tanger, Casablanca, Marrakech, Agadir et secondairement Rabat. Les itinéraires sont aussi pratiquement les mêmes avec quelques variantes suivant le lieu de départ.

- Pour les villes impériales, les itinéraires qui reviennent le plus sont les suivants :

- pour les départs d'Agadir et de Marrakech, les étapes sont : Casablanca, Rabat, Meknès, Fes et retour par Beni Mellal;

- pour les départs de Tanger et du Nord on passe par Tétouan, Chaouène, Fes, Moulay Idriss, Volubilis, Meknès, Rabat et retour.

- Pour le Sud, deux formules sont utilisées :

- Le Sud : au départ d'Agadir ou de Marrakech les étapes sont : Tafraoute, Taroudant, Ouarzazate, Zagora, Marrakech et Agadir ;

- le Grand Sud : au départ d'Agadir également, on passe par Tafraoute, Tafraoute, Amtoudi, Icht, Tata, Souk Tleta Tagmout, Taroudant et Agadir.

Une 2^e variante de ce circuit suit l'itinéraire suivant : Agadir, Marrakech, Ouarzazate, Zagora, Ouarzazate,

Taliouine, Taroudant, Agadir.

- Un troisième type de circuits peut combiner les anciennes capitales avec le Sud comme suit : Casablanca, Rabat, Meknès, Fes, Erfoud (par Midelt), Tinerhir, Ouarzazate, Zagora, Marrakech, Casablanca.

Tous ces circuits sont effectués surtout en autocars loués le plus souvent sur place, et parfois en Land-Rover pour les itinéraires du Sud d'Agadir. Ils sont aussi proposés pour des voyages individuels dans la formule «forfait-avion-auto» ou «roues libres au Maroc». Ils couvrent en moyenne 1 000 km en une ou deux semaines et offrent les mêmes parcours et les mêmes étapes quelles que soient la ville de départ et l'agence qui les organise. Les grands «tour operator» qui commercialisent ces circuits peuvent avoir leurs représentants sur place ou bien s'adresser à des agences locales essentiellement à Tanger et à Agadir pour l'organisation pratique de ces tours. Les trois principales agences locales sont la K.T.I. (Kasbah Tour International), la Holiday Service et l'agence Schwartz à Tanger.

2) - La fréquence des circuits

En 1972-1973, 42,4 % des touristes ayant pratiqué des circuits ont suivi l'itinéraire des villes impériales alors que 32 % ont parcouru le Sud et 20 % ont pratiqué des circuits secondaires de courte distance (le reste des 100 % étant constitué par les non réponses). Le circuit des villes impériales s'impose comme la formule la plus courante. Même les touristes de séjour sont invités à l'effectuer : 89,8 % des touristes des villages de vacances qui ont effectué des déplacements l'ont pratiqué.

C'est l'alibi culturel du Club Méditerranée puisque tous les villages - même celui excentrique d'Al Hoceima - inscrivent à leurs programmes d'activité la visite des «villes impériales» et celle obligatoire de Marrakech avec accès par avion (tableau 21, fig. 35).

En 1977, les offres des catalogues publicitaires ont permis une cartographie assez détaillée des itinéraires les plus fréquentés (fig. 37). Cette carte obtenue en cumulant tous les passages des circuits programmés par les différentes routes suggère les flux que suscite le tourisme itinérant en indiquant les itinéraires les plus fréquentés, et en dégagant les vides.

Comparés à la figure 36, les résultats de cette carte coïncident avec les pourcentages fournis par l'enquête de 1972. Les principaux itinéraires sont les mêmes. Le vide du Maroc Atlantique qu'on relève sur la carte représentant les résultats de l'enquête est dû à la présentation de ces résultats qui ne sont pas très détaillés.

De cette carte des flux touristiques de 1977 on peut tirer divers enseignements :

- Elle montre tout d'abord l'importance de la boucle qui relie Rabat, Casablanca, Marrakech, Beni Mellal et Fes. Cette

route qui semble être la plus fréquentée est suivie par trois autres tronçons. Il s'agit de la route principale 32 qui joint Agadir à Errachidia, et ses deux antennes Ouarzazate-Zagora et Ouarzazate-Marrakech, et des deux routes qui joignent Tanger à Meknès-Fes par Moulay Idriss et à Rabat par la côte. On peut y ajouter les tronçons Erfoud-Azrou et Agadir-Marrakech par la route d'Argana.

- Ensuite viennent des itinéraires que l'on pourrait classer au 3^e rang. Ce sont les tronçons Casablanca-Essaouira, Agadir-Tiznit et Tafraout-Taroudant.

- Enfin il faut relever des itinéraires qui sont fréquentés mais rarement, comme ceux qui traversent les zones montagneuses du Rif, Haut Atlas et secondairement du Moyen Atlas. Des circuits de type «découverte» qui parcourent le Haut Atlas en particulier en partant de Marrakech sont de plus en plus proposés par les agences qui veulent sortir des chemins battus comme «Nouvelles Frontières», mais leur part demeure réduite.

Ainsi se dégagent les régions les plus parcourues par le tourisme itinérant, et qui vont être marquées par ce tourisme. Or, il apparaît que certains parcours s'imposent, voient passer le plus gros du flot des touristes et atteignent un niveau de saturation. Les mêmes circuits sont servis et resservis sans cesse entraînant une réduction du Maroc touristique à quelques clichés que véhiculent les appellations telles que «la route des califes», «la route des Sultans», «les portes du Désert», etc... Cette fréquence des mêmes itinéraires explique la relative concentration déjà soulignée (conclusion du premier chapitre) des moyens d'hébergement en certains pôles et le long de certaines routes. Par opposition, d'autres espaces qui ne sont que traversés sont vides et peu fréquentés en dépit de leur intérêt évident, comme les montagnes en général, certains tronçons de la côte atlantique, et la côte de la Méditerranée orientale.

Quand on compare la carte principale représentant ces flux touristiques à la carte dressée par la Direction des

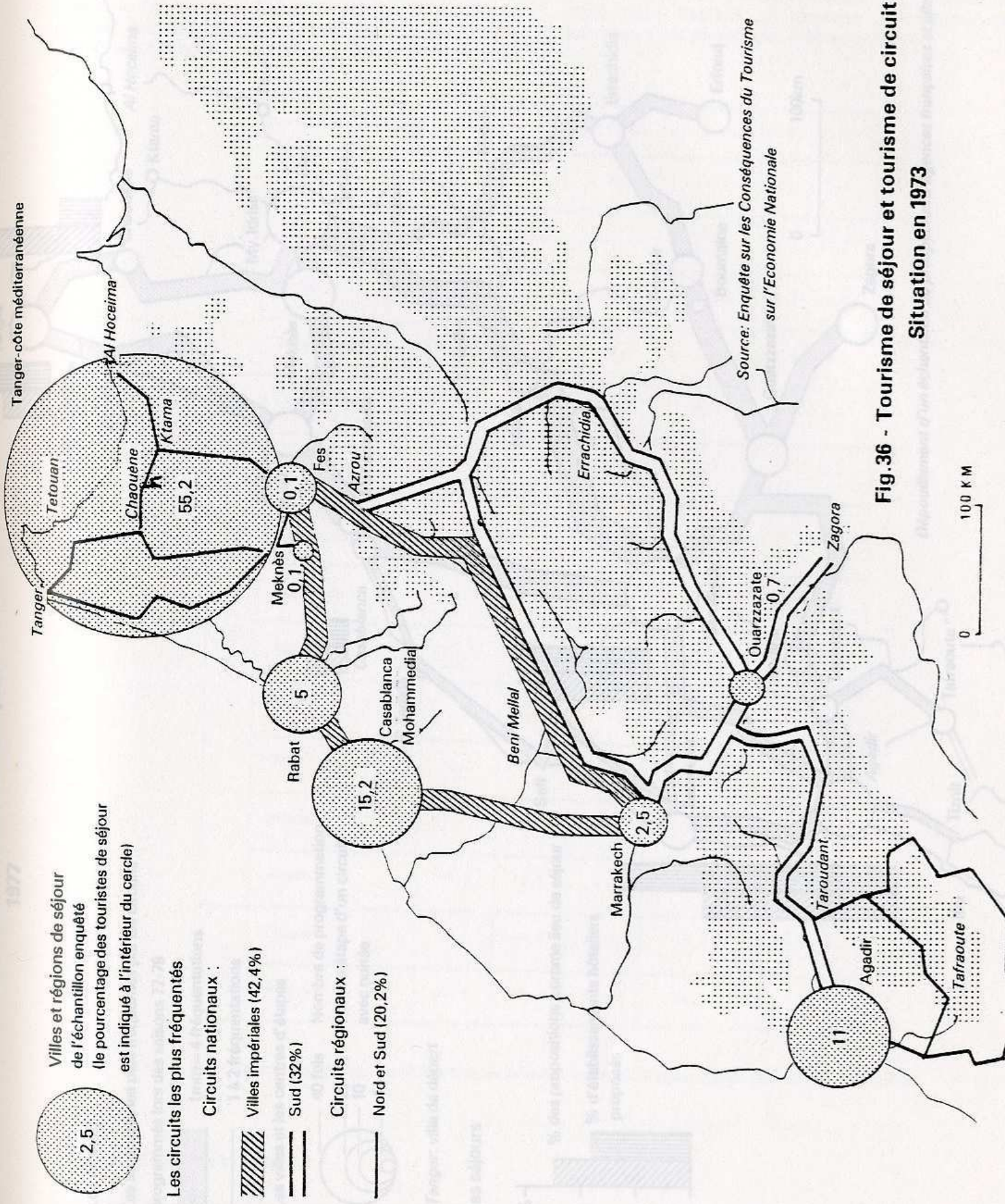
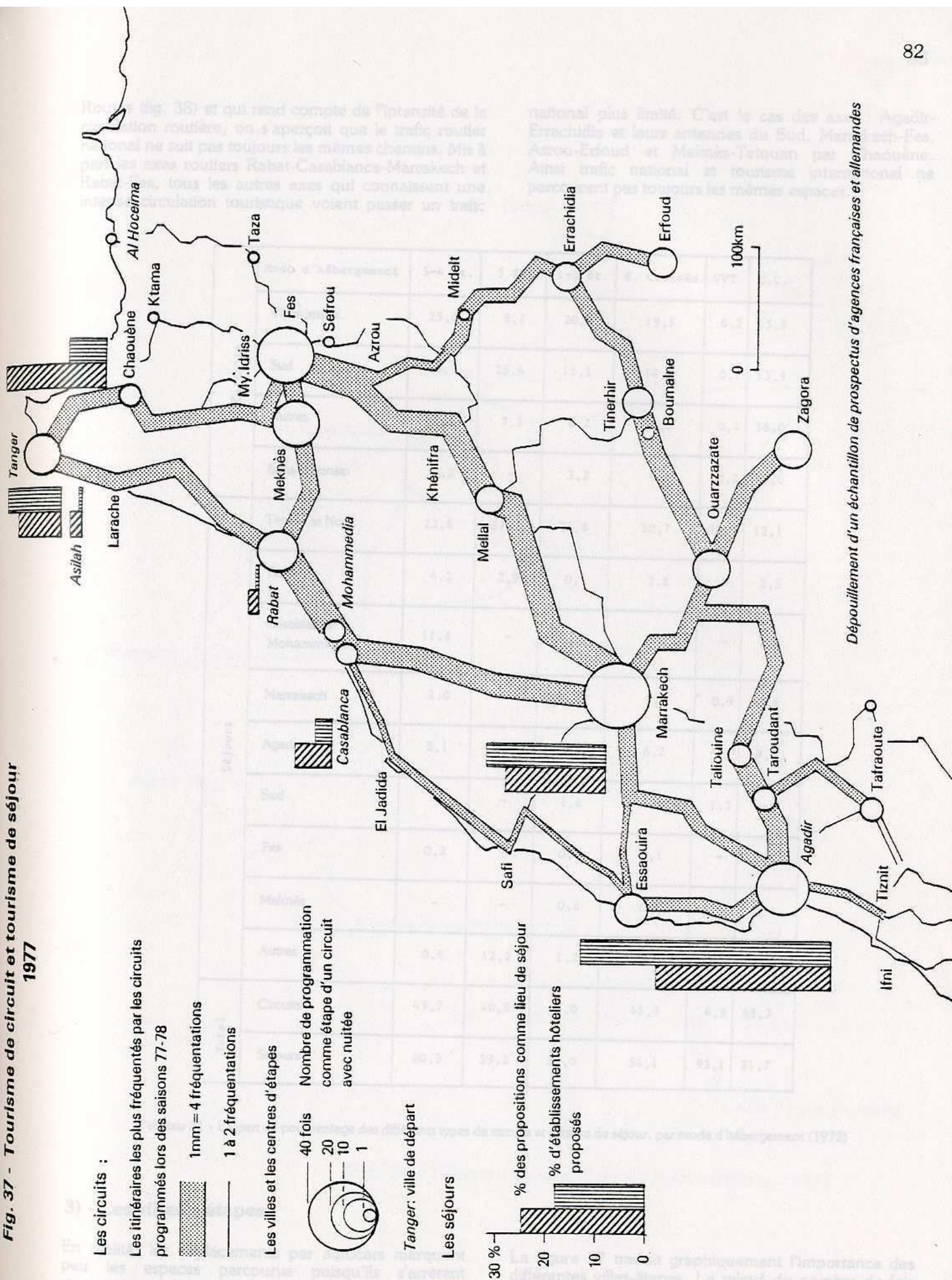


Fig. 37 - Tourisme de circuit et tourisme de séjour
1977



Dépouillement d'un échantillon de prospectus d'agences françaises et allemandes

Routes (fig. 38) et qui rend compte de l'intensité de la circulation routière, on s'aperçoit que le trafic routier national ne suit pas toujours les mêmes chemins. Mis à part les axes routiers Rabat-Casablanca-Marrakech et Rabat-Fes, tous les autres axes qui connaissent une intense circulation touristique voient passer un trafic

national plus limité. C'est le cas des axes : Agadir-Errachidia et leurs antennes du Sud, Marrakech-Fes, Azrou-Erfoud et Meknès-Tetouan par Chaouène. Ainsi trafic national et tourisme international ne parcourent pas toujours les mêmes espaces.

	Mode d'hébergement	H. Classés			VVT	C.C.
		5-4 ét.	3 ét.	1-2 ét.		
Circuits	Villes impér.	25,0	8,1	20,6	19,5	6,2
	Sud	10,7	25,4	11,5	14,7	0,1
	Autres	10,8	7,3	8,7	9,3	0,4
	Sans réponse:	3,2	-	3,2	2,4	0,2
Séjours	Tanger et Nord	23,6	37,2	37,8	30,7	90,9
	Rabat	4,2	2,9	0,1	2,8	-
	Casablanca Mohammedia	11,6	-	11,2	8,5	-
	Marrakech	2,0	-	1,5	1,4	0,9
	Agadir	8,1	6,9	1,9	6,2	-
	Sud	-	-	1,6	0,4	1,3
	Fes	0,2	-	0,1	0,1	-
	Meknès	-	-	0,6	0,2	-
	Autres	0,6	12,2	1,2	3,3	-
Total	Circuits	49,7	40,8	44,0	45,9	6,9
	Séjours	50,3	59,2	56,0	54,1	93,1

Tableau 21 - La part en pourcentage des différents types de circuits et centres de séjour, par mode d'hébergement (1972)

Fig. 38 - Intensité de la circulation routière - 1977

3) - Les villes - étapes

En réalité, les déplacements par autocars marquent peu les espaces parcourus puisqu'ils s'arrêtent rarement en dehors de leurs étapes prévues. Or ce sont ces pôles, reliés par les flux touristiques qui vont être plus ou moins marqués par ce tourisme de circuit.

La figure 37 traduit graphiquement l'importance des différentes villes-étapes. Le relevé du nombre de fois que les villes ou des centres sont proposés comme des étapes dans les programmes des «tour operator» permet de les classer en fonction de leur part en

pourcentage dans le total des propositions.

d'accueil au choix plus large ou qui présentent plus d'intérêt.

Enfin, d'autres points d'arrêt sont relativement fréquentes car ils sont localisés sur des itinéraires très fréquentés, tel le cas d'Al Hecima, Ketama, Taza et

Marakech et fréquente, entraînant une

Mais, en ce qui concerne les points d'arrêt, on peut dire que le Maroc dispose de

quelles raisons, les itinéraires

de l'axe Nord-Ouest-Sud-Est.

Ce qui explique la façon dont vers l'Est

qui joint Chaouene, Fes, Agadir et Marrakech.

Le Maroc dispose de ce flux touristique. De ce fait, les villes de l'Est comme Taza, Nador et Oujda qui

ont été équipées de moyens d'hébergement en

quantité et en qualité, mais l'absence d'intégration de ce Maroc aux aspects parcourus

par la tourisme, restent ignorées. Elles appartiennent au tourisme, mais sur ce plan. Comme on

le voit, les itinéraires ne sont pas très

élaborés pour attirer une région des programmes

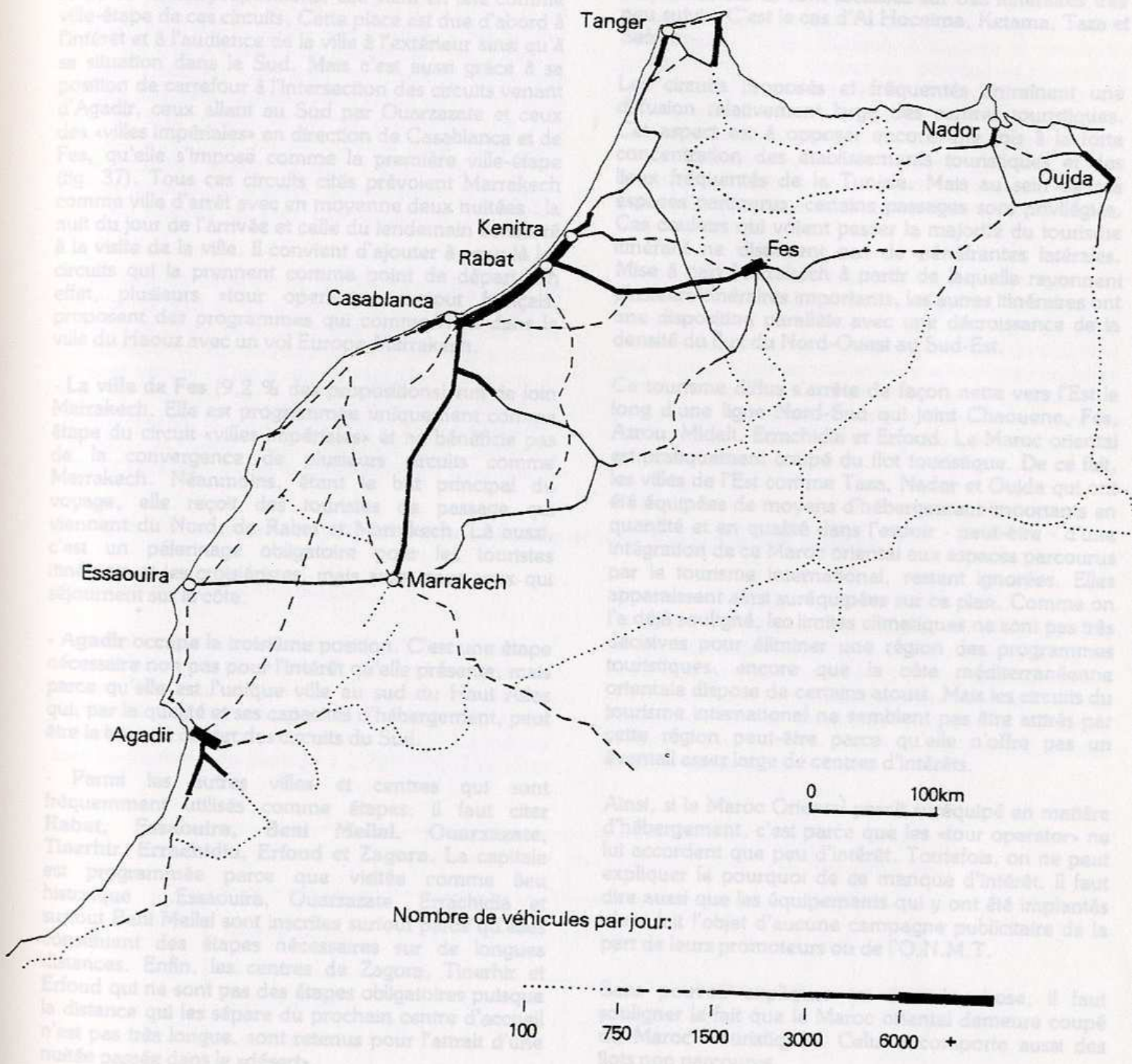
touristiques, encore que la côte méditerranéenne orientale dispose de certains atouts. Mais les circuits du

tourisme international ne semblent pas être attirés par cette région peut-être parce qu'elle n'offre pas un

assez large de centres d'intérêts.

Ainsi, si le Maroc dispose d'un matériel en matière d'hébergement, c'est parce que les «tour operator» ne lui accordent que peu d'intérêt. Toutefois, on ne peut expliquer le pourquoi de ce manque d'intérêt. Il faut dire aussi que les équipements qui y ont été implantés

l'objet d'aucune campagne publicitaire de la part de leurs promoteurs ou de l'O.N.M.T.



Nombre de véhicules par jour:

100 750 1500 3000 6000 +

Source: Direction des Routes

Fig. 38 - Intensité de la circulation routière - 1977

B - Les caractéristiques des espaces touchés par le tourisme de circuits

Pendant ce qui précède, il apparaît que les espaces qui sont marqués par le tourisme itinérant se caractérisent par un aspect ponctuel : ce sont essentiellement les villes et centres d'étapes qui portent le

marque de ce tourisme. Cet impact sera d'autant plus net que ces points d'arrêt sont plus fréquentés et ce, par un volume de tourisme plus important. En fonction de ce degré de présence de tourisme, on peut classer

pourcentage dans le total des propositions.

- C'est ainsi que **Marrakech** apparaît comme la ville qui reçoit le plus de haltes des touristes en circuits. Avec 18 % des propositions, elle vient en tête comme ville-étape de ces circuits. Cette place est due d'abord à l'intérêt et à l'audience de la ville à l'extérieur ainsi qu'à sa situation dans le Sud. Mais c'est aussi grâce à sa position de carrefour à l'intersection des circuits venant d'Agadir, ceux allant au Sud par Ouarzazate et ceux des «villes impériales» en direction de Casablanca et de Fes, qu'elle s'impose comme la première ville-étape (fig. 37). Tous ces circuits cités prévoient Marrakech comme ville d'arrêt avec en moyenne deux nuitées : la nuit du jour de l'arrivée et celle du lendemain consacré à la visite de la ville. Il convient d'ajouter à ceux-là les circuits qui la prennent comme point de départ. En effet, plusieurs «tour operator», surtout français, proposent des programmes qui commencent dans la ville du Haouz avec un vol Europe-Marrakech.

- **La ville de Fes** (9,2 % des propositions) suit de loin Marrakech. Elle est programmée uniquement comme étape du circuit «villes impériales» et ne bénéficie pas de la convergence de plusieurs circuits comme Marrakech. Néanmoins, étant le but principal du voyage, elle reçoit des touristes de passage qui viennent du Nord, de Rabat et Marrakech. Là aussi, c'est un pèlerinage obligatoire pour les touristes itinérants et les croisiéristes, mais aussi pour ceux qui séjournent sur la côte.

- **Agadir** occupe la troisième position. C'est une étape nécessaire non pas pour l'intérêt qu'elle présente, mais parce qu'elle est l'unique ville au sud du Haut Atlas qui, par la qualité et ses capacités d'hébergement, peut être la base de départ des circuits du Sud.

- Parmi les autres villes et centres qui sont fréquemment utilisés comme étapes, il faut citer **Rabat, Essaouira, Beni Mellal, Ouarzazate, Tinerhir, Errachidia, Erfoud et Zagora**. La capitale est programmée parce que visitée comme lieu historique ; Essaouira, Ouarzazate, Errachidia et surtout Beni Mellal sont inscrites surtout parce qu'elles constituent des étapes nécessaires sur de longues distances. Enfin, les centres de Zagora, Tinerhir et Erfoud qui ne sont pas des étapes obligatoires puisque la distance qui les sépare du prochain centre d'accueil n'est pas très longue, sont retenus pour l'attrait d'une nuitée passée dans le «désert».

- Les autres points-étapes sont relativement secondaires comme Chaouène, Casablanca-Mohammedia, Tafraoute, Taroudant et Taliouine. Ces étapes qui se situent sur des itinéraires très fréquentés sont peu programmées car concurrencées par de grands centres

d'accueil au choix plus large ou qui présentent plus d'intérêt.

- Enfin, d'autres points d'arrêt sont rarement fréquentés car ils sont localisés sur des itinéraires très peu suivis. C'est le cas d'Al Hoceima, Ketama, Taza et Sefrou.

Les circuits proposés et fréquentés entraînent une diffusion relativement large des centres touristiques. Cet aspect est à opposer encore une fois à la forte concentration des établissements touristiques et des lieux fréquentés de la Tunisie. Mais au sein de ces espaces parcourus, certains passages sont privilégiés. Ces couloirs qui voient passer la majorité du tourisme itinérant ne disposent pas de pénétrantes latérales. Mise à part Marrakech à partir de laquelle rayonnent plusieurs itinéraires importants, les autres itinéraires ont une disposition parallèle avec une décroissance de la densité du flux du Nord-Ouest au Sud-Est.

Ce tourisme diffus s'arrête de façon nette vers l'Est le long d'une ligne Nord-Sud qui joint Chaouène, Fes, Azrou, Midelt, Errachidia et Erfoud. Le Maroc oriental est pratiquement coupé du flot touristique. De ce fait, les villes de l'Est comme Taza, Nador et Oujda qui ont été équipées de moyens d'hébergement importants en quantité et en qualité dans l'espoir - peut-être - d'une intégration de ce Maroc oriental aux espaces parcourus par le tourisme international, restent ignorées. Elles apparaissent ainsi suréquipées sur ce plan. Comme on l'a déjà souligné, les limites climatiques ne sont pas très décisives pour éliminer une région des programmes touristiques, encore que la côte méditerranéenne orientale dispose de certains atouts. Mais les circuits du tourisme international ne semblent pas être attirés par cette région peut-être parce qu'elle n'offre pas un éventail assez large de centres d'intérêts.

Ainsi, si le Maroc Oriental paraît suréquipé en matière d'hébergement, c'est parce que les «tour operator» ne lui accordent que peu d'intérêt. Toutefois, on ne peut expliquer le pourquoi de ce manque d'intérêt. Il faut dire aussi que les équipements qui y ont été implantés n'ont fait l'objet d'aucune campagne publicitaire de la part de leurs promoteurs ou de l'O.N.M.T.

Sans pouvoir expliquer cet état de chose, il faut souligner le fait que le Maroc oriental demeure coupé du Maroc «touristique». Celui-ci comporte aussi des îlots non parcourus.

Cette diffusion du tourisme est donc relative et comporte aussi certains déséquilibres. Enfin, certains itinéraires sont littoraux et viennent ajouter leurs effets spatiaux à ceux du tourisme de séjour qui est avant tout littoral, ce qui accuse le déséquilibre entre le littoral et l'intérieur qui est amorcé.

B - Les caractéristiques des espaces touchés par le tourisme de circuits

Partant de ce qui précède, il apparaît que les espaces qui sont marqués par le tourisme itinérant se caractérisent par leur aspect ponctuel : ce sont essentiellement les villes et centres d'étapes qui portent la

marque de ce tourisme. Cet impact sera d'autant plus net que ces points d'arrêts sont plus fréquentés et ce, par un volume de touristes plus important. En fonction de ce degré de présence du tourisme, on peut classer

ces pôles d'attraction en trois catégories :

- Les anciennes capitales ou «villes impériales», qui sont le but du circuit. Vu l'importance de la fréquentation - la demande -, et de la capacité d'accueil, - l'offre -, ces villes portent la marque d'un tourisme de passage dont le flot ne fait que grandir. C'est le cas - par ordre d'importance - de Marrakech, Fes, Rabat et Tanger. Casablanca qui peut faire partie de ce groupe est peu marquée spatialement à cause de l'importance de son tissu urbain et de sa population : le flux touristique «arrivé» est en quelque sorte dilué dans cette grande agglomération. L'importance de ce groupe de cités touristiques est attestée par le pourcentage de nuitées qu'elles ont enregistré en 1978 : 54,4 %.

- Une série de villes ou de centres de passage où l'on s'arrête car tout en se trouvant sur le passage de l'itinéraire, ils présentent un certain intérêt soit par leurs monuments et leur cachet local, soit par leur environnement naturel. C'est le cas de Meknès sur la route de Fes, du chapelet des oasis du Sud et de quelques petites villes de la région d'Agadir comme Taroudant, Taфраout et Tiznit. La fréquence des passages, l'importance des moyens d'hébergement font que le

tourisme et ses conséquences spatiales sont assez bien perçus.

- Quelques points d'arrêt enfin ne sont intéressants que par les moyens d'hébergement ou de restauration qu'ils offrent sur des parcours relativement longs. Ce sont Beni Mellal, Midelt, Ketama, Essaouira et secondairement Azrou. Là, l'impact du tourisme est plus réduit spatialement. Il se limite à l'établissement hôtelier qui est souvent en dehors de la ville et ne dépasse pas un rayon de quelques dizaines de mètres autour de l'hôtel où se donnent rendez-vous autocars, guides et surtout marchands ambulants d'objets d'artisanat et de souvenirs qui assaillent le groupe de touristes dès sa sortie de l'hôtel.

De tous ces points d'impact, on ne retiendra que ceux de la première et deuxième catégorie. Marrakech et Tanger posent un problème de définition. En effet, dans les deux cas, les projections spatiales du tourisme sont dues à la fois au tourisme de séjour et au tourisme itinérant. Mais, vu leurs situations géographiques, on peut traiter de Marrakech dans le cadre du tourisme de circuit et de Tanger dans le groupe des stations du tourisme balnéaire.

1) - Une fréquentation annuelle mieux étalée et une implantation diffuse

a) La fréquentation touristique

A partir du relevé des nuitées de 1978 et des estimations de la part du tourisme de séjour et du tourisme itinérant faites aussi bien par l'enquête menée par Maroc Développement (1972) que par l'enquête personnelle (1977), on peut estimer le total des nuitées dues au tourisme de passage à 3 088 000. Les villes

impériales à elles seules ont profité de 52 % du total des nuitées. Ces nuitées sont mieux réparties au cours de l'année que dans les stations de tourisme de séjour. La fréquentation mensuelle des anciennes capitales, de Casablanca et des relais du Sud est la suivante, comparée à la moyenne nationale et à la moyenne des stations balnéaires du Nord.

	Jan.	Fév.	Mar.	Avr.	Mai	Juin	Juil.	Août	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.
Tourisme de circuit	5,8	7,4	9,6	10,7	10,4	7,1	8,3	8,7	8,9	10,9	5,8	6,4
Tourisme de séjour des stations du Nord	1,9	4,1	4,2	4,7	3,3	9,7	20,4	21,4	14,3	6,2	2,6	1,8
Moyenne nationale	5,3	5,9	8,0	8,6	8,9	8,5	12,5	12,0	10,0	7,9	6,2	6,1

Tableau 22 - Répartition mensuelle des nuitées par type de tourisme et moyenne nationale

Source: Statistiques du Ministère du Tourisme

(en pourcentage) 1978

A travers ce tableau on remarque que les stations du Nord connaissent un afflux estival qui correspond à la principale saison du tourisme marocain, alors que la courbe de la fréquentation des villes qui reçoivent surtout des touristes de passage présente un autre profil. Deux pointes, l'une au printemps et l'autre en

automne, sont séparées par un léger creux estival. D'autre part, les amplitudes de cette courbe sont moins accusées que pour le tourisme de séjour. Quelques nuances sont cependant à relever. Ainsi, Fes et Meknes connaissent leur période creuse en automne et au début de l'hiver, alors que pour Marrakech c'est

Moyenne pour tout le Maroc

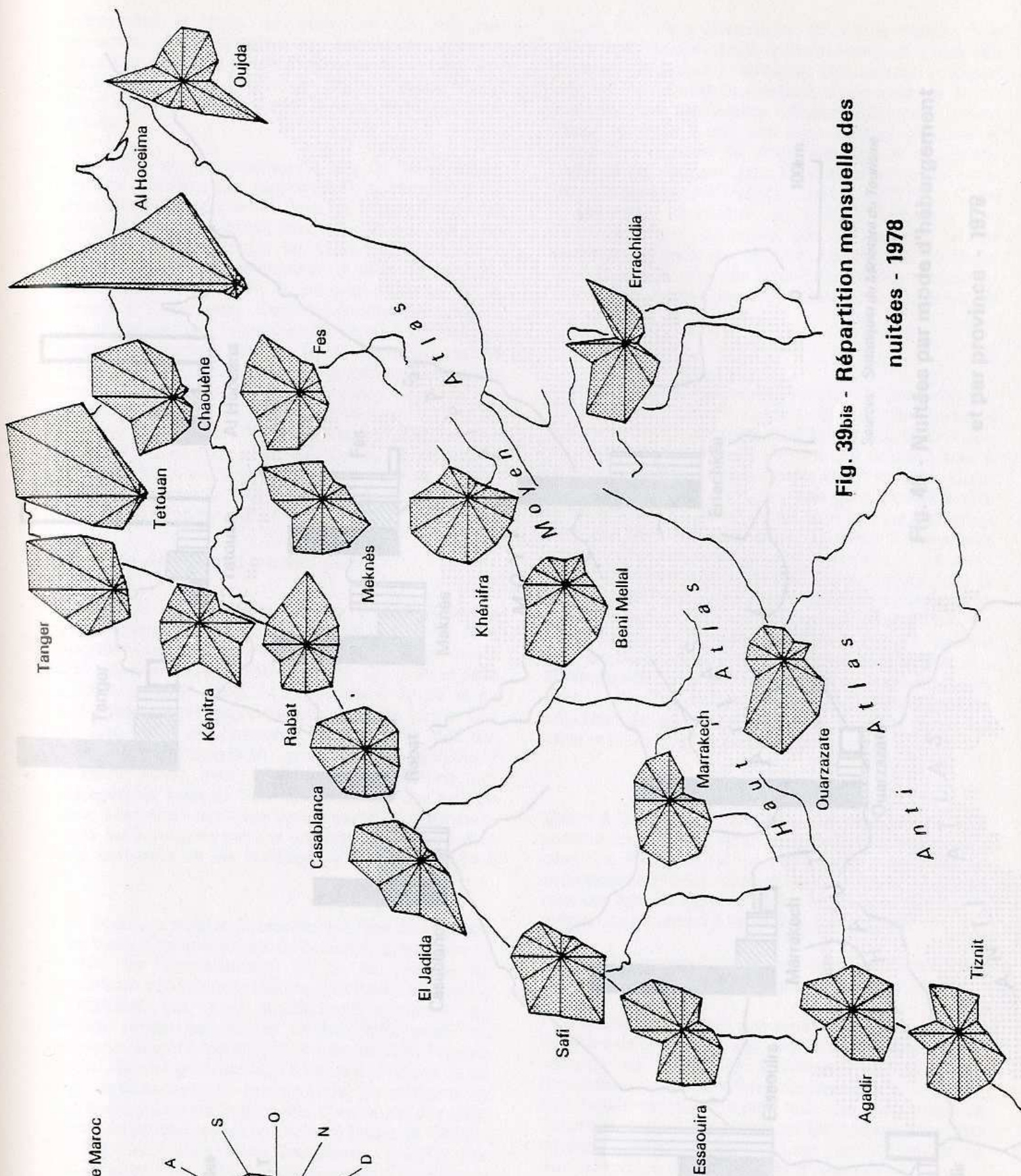
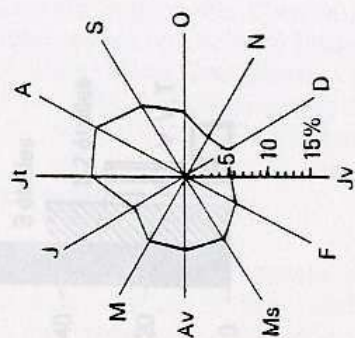


Fig. 39bis - Répartition mensuelle des
nuitées - 1978

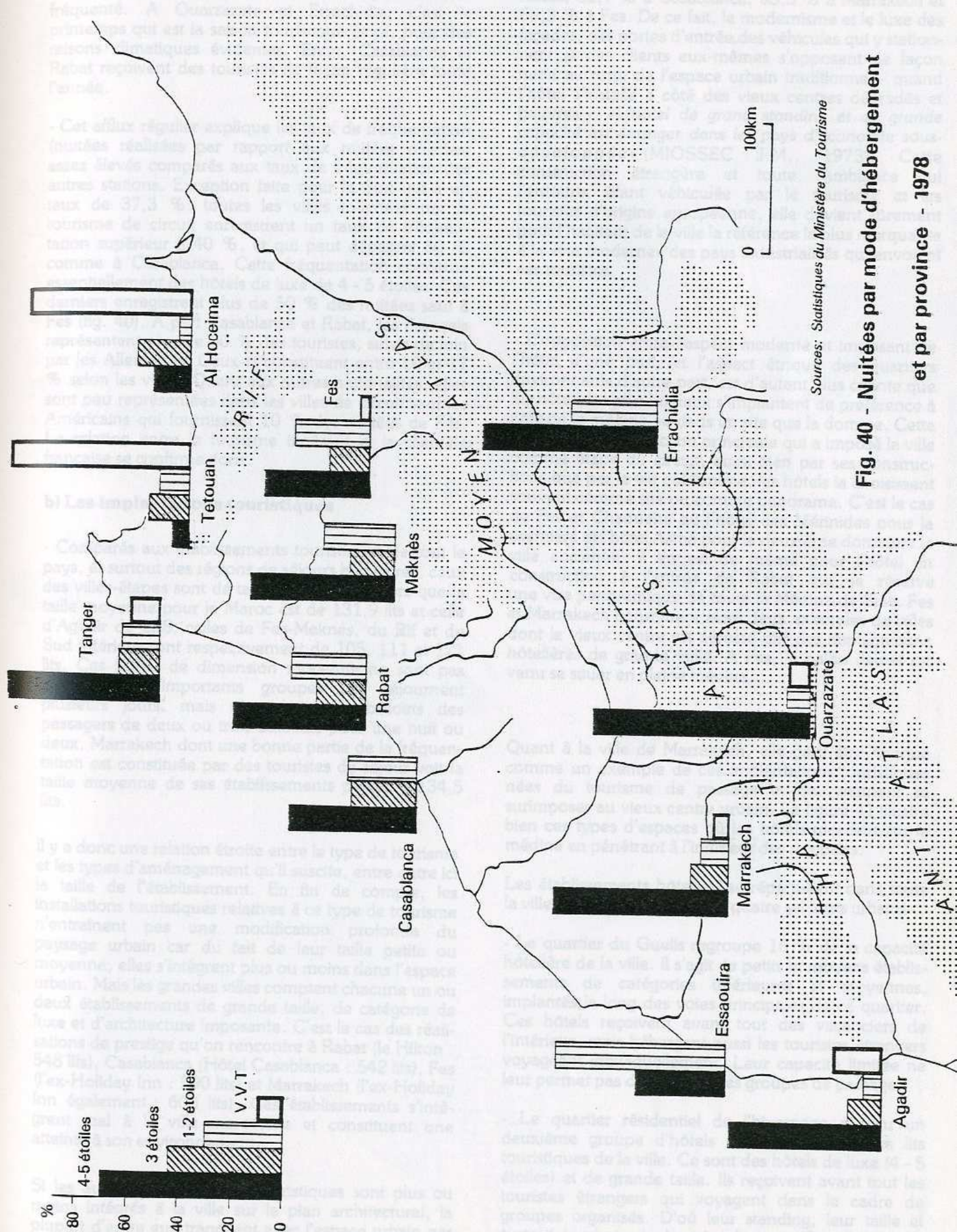


Fig. 40 - Nuitées par mode d'hébergement et par province - 1978

uniquement le mois de décembre qui est peu fréquenté. A Ouarzazate et Errachidia, c'est le printemps qui est la saison touristique et ce, pour des raisons climatiques évidentes. Enfin, Casablanca et Rabat reçoivent des touristes de façon régulière toute l'année.

- Cet afflux régulier explique les taux de fréquentation (nuitées réalisées par rapport aux nuitées offertes) assez élevés comparés aux taux de fréquentation des autres stations. Exception faite pour le Sud qui a un taux de 37,3 %, toutes les villes touchées par le tourisme de circuit enregistrent un taux de fréquentation supérieur à 40 %, et qui peut dépasser 60 % comme à Casablanca. Cette fréquentation concerne essentiellement des hôtels de luxe de 4 - 5 étoiles. Ces derniers enregistrent plus de 50 % des nuitées sauf à Fes (fig. 40). A part Casablanca et Rabat, les Français représentent plus de 50 % des touristes, suivis de loin par les Allemands. Ceux-ci constituent entre 10 et 17 % selon les villes. Quant aux autres nationalités, elles sont peu représentées dans les villes de circuit sauf les Américains qui fournissent 10 % des nuitées de Fes. La relation entre le tourisme itinérant et la clientèle française se confirme donc.

b) Les implantations touristiques

- Comparés aux établissements touristiques de tout le pays, et surtout des régions de séjours balnéaires, ceux des villes-étapes sont de taille plus petite. Alors que la taille moyenne pour le Maroc est de 131,9 lits et celle d'Agadir de 238, celles de Fes-Meknès, du Rif et du Sud intérieur sont respectivement de 105, 111 et 121 lits. Ces hôtels de dimension moyenne ne sont pas destinés à d'importants groupes qui séjournent plusieurs jours, mais répondent aux besoins des passagers de deux ou trois autocars pour une nuit ou deux. Marrakech dont une bonne partie de la fréquentation est constituée par des touristes de séjour voit la taille moyenne de ses établissements passer à 134,5 lits.

Il y a donc une relation étroite entre le type de tourisme et les types d'aménagement qu'il suscite, entre autre ici la taille de l'établissement. En fin de compte, les installations touristiques relatives à ce type de tourisme n'entraînent pas une modification profonde du paysage urbain car du fait de leur taille petite ou moyenne, elles s'intègrent plus ou moins dans l'espace urbain. Mais les grandes villes comptent chacune un ou deux établissements de grande taille, de catégorie de luxe et d'architecture imposante. C'est le cas des réalisations de prestige qu'on rencontre à Rabat (le Hilton : 548 lits), Casablanca (Hôtel Casablanca : 542 lits), Fes (l'ex-Holiday Inn : 590 lits) et Marrakech (l'ex-Holiday Inn également : 600 lits). Ces établissements s'intègrent mal à la ville marocaine et constituent une atteinte à son environnement.

Si les autres établissements touristiques sont plus ou moins intégrés à la ville sur le plan architectural, la plupart d'entre eux tranchent avec l'espace urbain par leur haut standing et leur luxe. En effet, la part des hôtels de catégorie de luxe est écrasante : 52,1 % à

Rabat, 56,7 % à Casablanca, 65,3 % à Marrakech et 69,3 % à Fes. De ce fait, le modernisme et le luxe des façades, des portes d'entrée, des véhicules qui y stationnent et des clients eux-mêmes s'opposent de façon nette au reste de l'espace urbain traditionnel - quand l'hôtel s'installe à côté des vieux centres dégradés et pauvres -. «L'hôtel de grand standing et de grande capacité est étranger dans les pays d'économie sous-développée» (MIOSSEC J.M., 1973). Cette construction étrangère et toute l'ambiance qui l'entoure, étant véhiculée par le tourisme et les touristes d'origine européenne, elle devient sûrement pour l'habitant de la ville la référence la plus marquante à la «vie moderne» des pays industrialisés qui envoient ces touristes.

- L'opposition entre l'aspect moderne et imposant de l'hôtel d'une part, et l'aspect étrié des quartiers environnants d'autre part, est d'autant plus criante que les hôtels les plus luxueux s'implantent de préférence à côté de la médina ou dans un site que la domine. Cette médina étant l'attraction principale qui a imposé la ville comme étape du circuit, aussi bien par ses constructions que par la vie qui l'anime, les hôtels la choisissent souvent comme site ou comme panorama. C'est le cas de Fes et Chaouene où l'hôtel des Mérinides pour la première et l'hôtel Asma pour la deuxième dominent la ville ancienne. Il en est de même pour l'hôtel en construction à l'entrée de Rabat qui se réserve une vue panoramique de toute la Médina de Salé. Fes et Marrakech constituent aussi deux exemples de villes dont le vieux centre est agressé par des implantations hôtelières de grande taille. A Fes, le palais Jamai est venu se situer en pleine médina.

Quant à la ville de Marrakech, elle peut être retenue comme un exemple de ces implantations touristiques nées du tourisme de passage et qui viennent se surimposer au vieux centre urbain. La figure 41 illustre bien ces types d'espaces où les hôtels mordent sur la médina en pénétrant à l'intérieur des remparts.

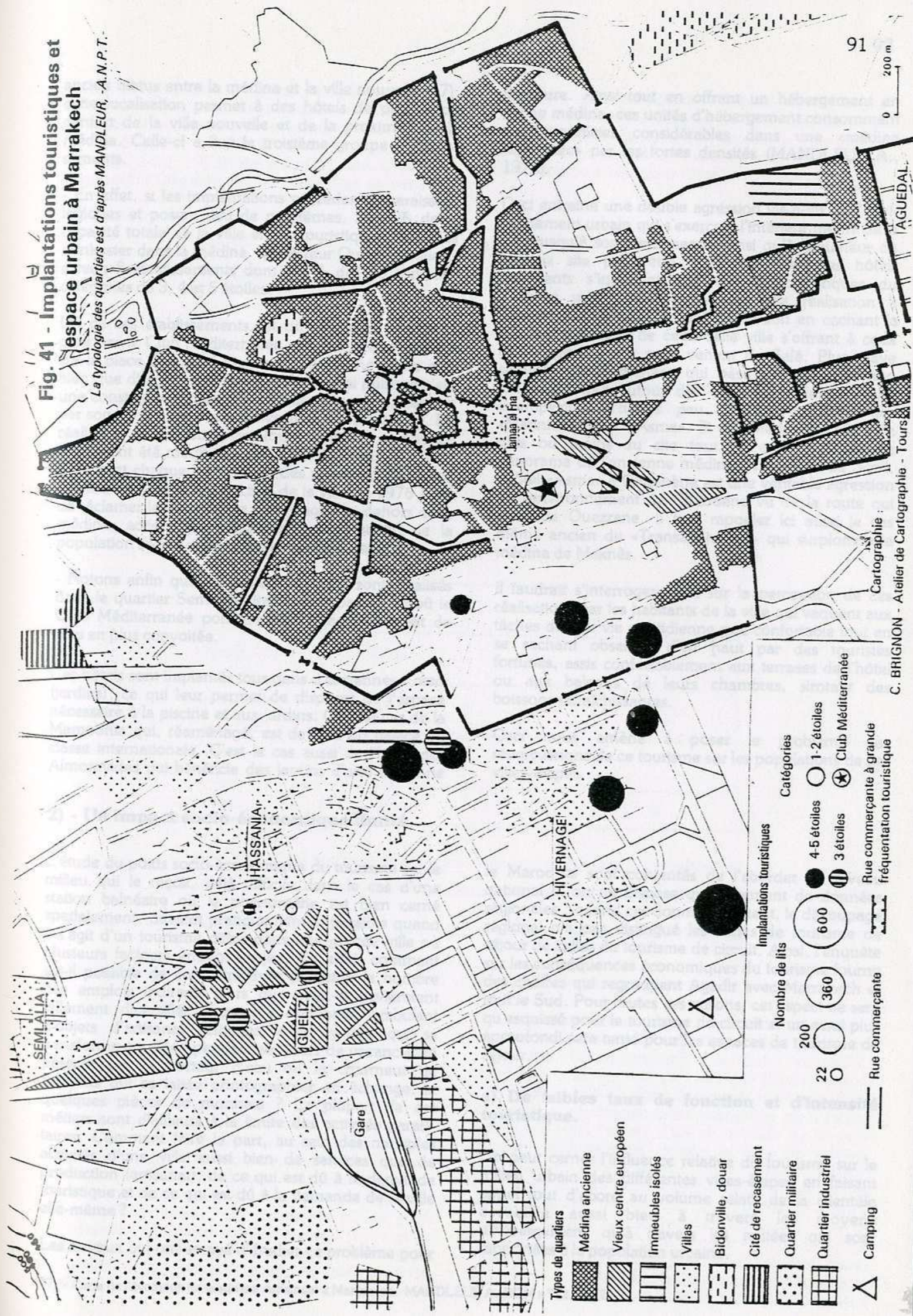
Les établissements hôteliers se répartissent dans toute la ville en se regroupant dans quatre secteurs urbains :

- Le quartier du Guelis regroupe 16 % de la capacité hôtelière de la ville. Il s'agit de petits et moyens établissements de catégories inférieures et moyennes, implantés le long des voies principales de ce quartier. Ces hôtels reçoivent avant tout des vacanciers de l'intérieur, mais hébergent aussi les touristes étrangers voyageant individuellement. Leur capacité limitée ne leur permet pas de recevoir des groupes de passage.

- Le quartier résidentiel de l'hivernage a reçu un deuxième groupe d'hôtels totalisant 43 % des lits touristiques de la ville. Ce sont des hôtels de luxe (4 - 5 étoiles) et de grande taille. Ils reçoivent avant tout les touristes étrangers qui voyagent dans le cadre de groupes organisés. D'où leur standing, leur taille et surtout le choix de leur localisation. En effet, ils se tiennent à la limite de la ville nouvelle et de la Médina. En plus des disponibilités en terrains vacants dans cet

Fig. 41 - Implantations touristiques et espace urbain à Marrakech

La typologie des quartiers est d'après MANDLEUR, - A.N.P.T.



ancien hiatus entre la médina et la ville nouvelle (17), cette localisation permet à des hôtels de profiter du confort de la ville nouvelle et de la proximité de la médina. Celle-ci a fixé le troisième groupe d'établissements.

- En effet, si les implantations précédentes paraissent logiques et posent peu de problèmes, 36,3 % de la capacité totale de la ville en lits touristiques sont allés s'enkyster dans la médina. Le secteur Ouest de celle-ci a reçu 8 établissements dont 90 % des lits sont des catégories de 3, 4 et 5 étoiles.

Un de ces établissements est un village de vacances géré par le Club Méditerranée qui s'est implanté juste sur la place Jamaa el Fna, constituant une greffe qui, bien que discrète sur le plan architectural puisque c'est une construction basse de couleur rouge ocre, tranche par son contenu et ses activités avec le reste du site. En réalité, la vie de cette place toute entière et sa physiologie ont été modifiées par le flot de touristes qui s'y déversent chaque jour. L'une des premières décisions du nouveau conseil municipal de la ville en 1976 a été de réclamer le transfert de ce «village» en dehors de la médina, action qui démontre la réprobation de la population contre cette agression de leur espace.

- Notons enfin que les projets en cours sont localisés dans le quartier Semlalia alors que la palmeraie où le Club Méditerranée possède déjà une annexe est de plus en plus convoitée.

Ces hôtels sont implantés tous dans d'anciennes arsa (jardins), ce qui leur permet de disposer de l'espace nécessaire à la piscine et aux jardins. C'est le cas de la Mamounia qui, réaménagé, est devenu un palace de classe internationale. C'est le cas aussi de l'hôtel des Almoravides qui bénéficie des jardins d'une ancienne

demeure. Ainsi tout en offrant un hébergement en pleine médina, ces unités d'hébergement consomment des superficies considérables dans une «médina asphyxiée» par les fortes densités (MANDLEUR A., 1972).

Ceci entraîne une double agression vis-à-vis de l'environnement urbain qui s'exerce à l'intérieur même de la ville jusqu'à son vieux centre ainsi qu'à l'extérieur où tout le site peut être menacé. Ainsi, ces hôtels imposants s'intègrent mal aux caractéristiques du paysage urbain, telle cette nouvelle réalisation à l'entrée de Rabat qui bouche l'horizon en cachant la vue panoramique de cette belle ville s'offrant à ceux qui empruntent le pont venant de Salé. Plus grave semble être la menace qui pèse sur des sites non aménagés tout autour des villes avec l'implantation intempestive d'hôtels peu discrets du style des «Mérinides» et d'«Asma». Si «les Mérinides» s'intègre plus ou moins au site tout en compromettant le panorama de l'ancienne médina de Fes vue du Nord, l'hôtel «Asma» à Chaouène est une véritable agression de l'environnement de Chaouène vu de la route qui vient de Ouezzane. Il faut rappeler ici aussi le cas même ancien du «Transatlantique» qui surplombe la médina de Meknès.

Il faudrait s'interroger aussi sur la perception de ces réalisations par les habitants de la ville qui vaquent aux tâches de leur vie quotidienne peu confortable tout en se sachant observés d'en haut par des touristes fortunés, assis confortablement aux terrasses de l'hôtel ou aux balcons de leurs chambres, sirotant des boissons rafraîchissantes.

Ceci nous amène à poser le problème des répercussions de ce tourisme sur les populations de ces villes-étapes.

2) - Un impact socio-économique limité

L'étude du poids socio-économique du tourisme sur le milieu qui le reçoit, déjà difficile dans le cas d'une station balnéaire où le phénomène est bien cerné spatialement, devient pratiquement impossible quand il s'agit d'un tourisme diffus dans une grande ville où plusieurs facteurs entrent en jeu. En effet, comment est-il possible de connaître avec précision le nombre des emplois indirects alors que ceux-ci deviennent tellement diversifiés depuis le marchand ambulant d'objets d'artisanat jusqu'au jeune lycéen qui se transforme en guide pendant ses jours de vacances en passant par le porteur d'eau ou le charmeur de serpents qui se laisse photographier en échange de quelques pièces de monnaie ? La plupart de ces métiers sont d'ailleurs à la limite des activités parasitaires. Comment faire la part, au sein des multiples activités d'une ville aussi bien de services que de production (artisanat), de ce qui est dû à la demande touristique et de ce qui est dû à la demande de la ville elle-même ?

Les travaux qui ont essayé d'étudier ce problème pour

le Maroc se sont contentés de l'aborder au niveau national et on ne dispose que rarement de données régionales : quand ces données existent, le découpage régional n'a pas distingué les zones de tourisme de séjour de celles du tourisme de circuit. Ainsi, l'enquête sur les conséquences économiques du tourisme fournit des chiffres qui regroupent Agadir avec Marrakech et tout le Sud. Pour toutes ces raisons, cet aspect ne sera qu'esquissé pour le tourisme de circuit et un essai plus approfondi sera tenté pour les espaces de tourisme de séjour.

a) De faibles taux de fonction et d'intensité touristique.

On peut cerner l'influence relative du tourisme sur le milieu urbain des différentes villes-étapes en faisant appel tout d'abord au volume relatif de la clientèle accueillie aussi bien à travers les moyens d'hébergement qu'à travers les nuitées qui sont rapportées à la population urbaine.

Le taux de «fonction touristique» de P. Defert qui met en rapport la capacité d'hébergement et le nombre de la population ainsi que le taux «d'intensité touristique» de H.A. STUNDT (CAZES G., DUMAS D., PÉRÉ M., MIOSEC J.M., 1973), qui remplace dans ce rapport la capacité d'hébergement par le nombre de visiteurs,

apportent des indications indirectes sur le degré d'impact qu'aurait le tourisme sur la population locale. Dans le calcul des taux qui suivent, le nombre des nuitées a remplacé le nombre de touristes non disponible pour toutes les villes.

Ville ou centre	Taux d'intensité touristique	Taux de fonction touristique	Rapport Taux d'intensité Taux de fonction
Casablanca	35,2	0,1	352,0
Meknès	39,7	0,2	198,5
Rabat	49,7	0,4	124,2
Fes	63,7	0,5	127,0
Chaouène	147,8	2,0	73,9
Marrakech	209,0	1,1	190,0
Tanger	333,2	3,5	95,2
Al Hoceima	407,0	7,2	56,5
Agadir	783,9	5,7	137,5
Mdiq	3 426,8	36,4	94,1

Tableau 23 - Taux de fonction touristique (nombre de lits pour 100 habitants *) et taux d'intensité touristique (nombre de nuitées pour 100 habitants) des principales villes étapes et villes de séjour - 1978 -

* L'estimation de la population des différentes villes pour 1978 est basée sur le taux d'accroissement annuel enregistré entre 1960 et 1971

Trois remarques sont inspirées par ce tableau :

- Des villes comme Casablanca, Meknès, Rabat et Fes enregistrent entre 35 et 64 nuitées et offrant entre 0,1 et 0,5 lits pour 100 habitants risquent d'être moins marquées par le tourisme que d'autres villes comme Marrakech (209 nuitées et 1,1 lits pour 100 habitants), Tanger (333,2 et 3,5) ou Agadir (783,9 et 5,7). La relation avec le type de tourisme est évidente, puisque les villes de séjour ont des taux plus élevés que les villes-étapes. L'augmentation importante de ce taux commence avec Marrakech qui, avec un tourisme de séjour rentrant pour la moitié dans toute la fréquentation, a des taux élevés : 209 nuitées et 1,1 lits pour 100 habitants. Chaouène est bien placée à cause de sa population urbaine réduite. Mais dès que le tourisme de séjour devient prédominant, et même si la population urbaine est importante ces taux deviennent

à leur tour très forts : Agadir.

- La comparaison des deux taux débouchant sur le rapport taux d'intensité/taux de fonction permet de classer des villes en fonction de leur taux d'occupation. Ainsi des villes comme Al Hoceima (56,5), Tanger (95,2) Mdiq (94,1) dont le rapport n'est pas élevé connaissent une fréquentation touristique qui n'est pas étalée sur toute l'année d'où un nombre de lits relativement important par rapport au total des nuitées. Par contre, pour d'autres villes comme Agadir, Marrakech et Fes - dont le taux de fonction touristique est curieusement plus bas que celui des villes précédentes - on obtient un rapport taux d'intensité/taux de fonction qui est élevé : 137,5 pour Agadir, 190 pour Marrakech et 127 pour Fes. Ces rapports élevés coïncident avec des villes de tourisme de passage et la station de tourisme balnéaire du Sud. Dans les deux

cas, la fréquentation est étalée sur toute l'année alors que dans le premier groupe la saison hivernale enregistre de faibles taux d'occupation.

- Mais parfois ce nombre de nuitées ou de lits pour 100 habitants a peu de signification. C'est le cas d'Al Hoceima dont 62 % des lits et 61 % des nuitées sont concentrés dans le Club Méditerranée qui se trouve à plusieurs kilomètres de la ville et dont les résidents par leur présence ou leurs besoins touchent peu la ville. C'est aussi le cas du petit centre de Mdiq, qui enregistre 3 427 nuitées et offre 36 lits par 100 habitants et dont la majorité écrasante de ces nuitées et de ces lits ont peu de répercussions spatiales ou socio-économiques sur le centre lui-même car se trouvant en dehors du centre.

b) Des emplois directs encore réduits

Vu l'impossibilité matérielle de réaliser une enquête exhaustive, les sous-déclarations des hôteliers et l'importance du travail saisonnier, même dans les villes de l'intérieur, un recensement des employés de l'hôtellerie de toutes les villes touchées par le tourisme de circuit fut impossible. Mais les données de l'Enquête sur les Conséquences du Tourisme sont d'un grand secours dans la mesure où l'on peut en tirer des coefficients de l'emploi par lit suivant les catégories d'hébergement.

5 étoiles	0,65
4 étoiles	0,42
4 étoiles balnéaire	0,98
3 étoiles	0,28
3 étoiles balnéaire	0,33
2 étoiles	0,20
1 étoile	0,14
V.V.	0,38

Tableau 24 - Nombre d'emplois par lit d'après l'Etude des Conséquences du tourisme sur l'Economie Nationale -1972 -

En appliquant ce coefficient au total des lits par catégorie de chaque ville, on peut évaluer le nombre total des employés de l'hôtellerie.

Ces résultats ne sont que de simples estimations qui supposent que ce coefficient a été correctement calculé et qu'il est toujours valable cinq ans après. Si la fréquentation touristique relativement bien soutenue au cours de toute l'année réduit la part de l'emploi temporaire, le nombre de ces emplois en majorité permanents est très faible comparé à celui du tourisme de séjour. Les villes «impériales», Casablanca et le Sud intérieur ne fournissent que 36,7 % du total des emplois de l'hôtellerie qu'on peut estimer à 17 000 emplois. Ces emplois ayant été évalués vers 1972 à 13 000 emplois (PÉRÉ M., 1972), augmentent donc

	Nombres d'employés estimés	% du total national estimé
Rabat	782	4,5
Casablanca	1 337	7,8
Meknès	291	1,7
Fes	832	4,8
Marrakech	2 011	11,7
Sud Intérieur	1 072	6,2
Tanger	2 310	13,4
Al Hoceima	641	3,7
Agadir	3 801	22,3

Tableau 25 - Evaluation du nombre des employés dans le secteur hôtelier d'après les coefficients du tableau 24 -1977-

lentement et ne semblent pas confirmer la justification du tourisme comme secteur pourvoyeur d'emplois. La part de ces emplois est très réduite dans les villes-étapes du tourisme de circuit : 2,1 % de la population active à Marrakech et 2,5 % de celle de Tanger.

Les autres emplois qu'on peut considérer comme directement suscités par la demande touristique sont rares ou difficiles à quantifier. Le nombre des agences locales qui participent au tourisme itinérant est très limité dans les villes-étapes. Elles sont en majorité localisées à Agadir, Marrakech et Tanger. Les agences internationales s'occupant de l'organisation de leurs circuits, s'adressent le moins possible aux agences locales sauf pour la location des véhicules. Une grande concentration est à relever chez ces agences locales. Trois grandes agences offrent la majorité des services pour les déplacements des touristes et s'occupent surtout des excursions au départ des stations de séjour.

C'est ainsi que la principale de ces agences, Holiday Service, offre avec sa filiale pour le transport la S.M.D.T.T. ses services à Agadir, Tanger, Fes, Marrakech et Casablanca. Elle emploie au total 62 personnes réparties comme suit : 35 à Agadir, 17 à Marrakech, 7 à Tanger et 3 à Casablanca (18). Une proportion importante de ses employés, notamment dans les directions, est constituée par des étrangers. La

(18) Au moment de l'enquête, l'agence prévue à Fes n'était pas encore ouverte.

filiale de transport emploie environ 100 personnes avec un parc de 76 véhicules. C'est dire que là aussi le nombre des employés reste encore très faible. Quant à la restauration en dehors des hôtels, elle n'est pas suscitée uniquement par la demande touristique étrangère.

La ville de Marrakech qui nous a servi d'exemple pour illustrer les types d'implantations touristiques peut être considérée comme un cas pour l'examen des effets du tourisme sur l'emploi.

Vu l'importance du tourisme - avec ses deux formes - dans la ville de Marrakech, celle-ci semble bénéficier de ce secteur pour la création d'emplois. 5 % environ de la population active sont liés de façon directe ou indirecte à l'activité touristique. Ce secteur devance de loin l'activité industrielle de la ville. L'hôtellerie arrive au 5^e rang comme secteur d'emploi avec 1 700 personnes auxquelles il faut ajouter 300 personnes employées dans la restauration. La majorité du personnel est de sexe masculin et de nationalité marocaine, et rares sont les employés qui sortent d'une école hôtelière. Mais hôtellerie et restauration n'utilisent que 2 % de la population active. Le reste des emplois est suscité aussi par les autres activités de la ville qui ne répondent pas uniquement aux besoins du tourisme. C'est le cas de l'artisanat (2 500 personnes), du commerce et des bazars (500 personnes), des services divers et petits métiers (500 personnes). Ainsi un emploi direct dans l'hôtellerie suscite deux emplois indirects liés plus ou moins au tourisme. C'est en particulier le secteur de l'artisanat dont l'hypertrophie gonfle ces chiffres (10 % environ des emplois de l'artisanat sont liés au tourisme d'après A. MANDLEUR) (MANDLEUR A., 1973). Les effets de l'hôtellerie sur les emplois directs restent donc très limités. Enfin, le cas de Marrakech ne peut être généralisé à tout le Maroc.

c) Tourisme et artisanat

L'enquête citée plus haut estime le nombre total des employés dans la production et la commercialisation artisanales à 61 000 personnes. A Marrakech, 2 500 personnes employées dans l'artisanat sont en liaison avec le tourisme alors que 500 personnes tiennent des bazars et divers commerces à l'intention des touristes. A. Mandleur a estimé à 10 % la proportion des artisans qui vivent du tourisme. L'hypertrophie du secteur artisanal des anciennes capitales - secteur qui est pourtant en difficulté - s'explique essentiellement par la demande du tourisme international. Cette demande contribue certes à faire vivre et revivre beaucoup de petits métiers qui travaillent le bois, le cuir, le cuivre et la poterie. Elle permet surtout aux tapis de figurer à la 4^e place des principaux produits à l'exportation après les phosphates, les agrumes et les conserves de poisson.

Mais cet effet positif du tourisme se fait au prix d'une dégénérescence du produit fabriqué. Une rapide dégradation des objets fabriqués par l'artisanat plus sur

Produits	1976	1977
Phosphates	2 191	2 111
Agrumes	594	615
Conserves de poissons	236	229
Tapis	154	209
Tomates	127	115
Plomb	65	155

Tableau 26 - Quelques uns des principaux produits à l'exportation
(valeur en 1 000 dh.)

Source: Secrétariat d'Etat au Plan «Situation économique du Maroc en 1977» - Juin 1978

le plan artistique (couleurs et motifs) que sur le plan de la qualité est une conséquence inéluctable des nouvelles conditions de production. Pressé par la commande du bazariste ou celle du grand village de vacances, ainsi que limité par les goûts qu'on lui impose, l'artisan fabrique désormais en série des objets sans valeur où il ne se reconnaît plus. Aussi, faut-il s'interroger sur l'attitude et la perception de ce nouvel état de fait par cet artisan. Le propos suivant d'une artisane rapporté par Fatima Mernissi se passe de tout commentaire : «Non seulement on est très mal payé pour les longues heures de travail qu'on fait, mais le travail lui-même est inintéressant, on ne fait pas les dessins traditionnels qu'on a si patiemment appris à exécuter chez la Maillama, on fait des dessins que les Allemands veulent. Notre usine travaille avec les Allemands. Ils ont très mauvais goût, un tapis pâle sans couleur, sans mystère, toujours la même chose. Ils demandent le même tapis depuis des années, un blanc avec de rares dessins jaunâtres. le comble du mauvais goût. Et tu n'as aucune idée de ce que moi et Latifa pouvons faire. On fait du rbat, et du très délicat ... Ce sont les Allemands qui achètent des tapis marocains, mais ils veulent des tapis bâtards allemands par-ci, marocains par-là ... et nous on garde en nous toute cette énergie, des milliers de dessins, de couleurs qui ne verront jamais le jour, que personne ne demande» (19).

Il faut s'interroger aussi sur l'attitude de ces artisans devant les changements apportés à l'utilisation des innombrables objets fabriqués qui changent de fonction : d'utilitaires à l'origine, ils deviennent désormais décoratifs.

(19) Propos rapportés par MERNISSI F.: «Nos femmes invisibles rapportent des milliards», Lamalif n°103, janvier 1979

La localisation des points de vente de ces objets artisanaux constitue aussi une autre modification de l'espace urbain par le biais du tourisme. On ne cherchera pas ici à aborder le problème du circuit de commercialisation des produits finis de l'artisanat qui mérite une étude à part, mais on se contentera de signaler une deuxième agression de l'espace de la médina par l'intervention du tourisme. En effet, dans toutes les médinas, les artères principales sont en cours de transformation complète pour répondre à la demande touristique avec la floraison des bazars et boutiques de vente de souvenirs. La spécialisation des rues par activité qui faisait l'originalité et la cohésion de la structure de la médina marocaine est en voie de disparition, en partie à cause du tourisme. En effet, si la tendance au mélange des activités observable dans ces vieux centres vient de leur destruction, la multiplication des bazars le long des artères de pénétration y a contribué. Cette prolifération atteint tous les locaux : magasins de commerce, ateliers d'artisanat, fondouks, vieilles demeures transformés en bazars, atteignent leur plus forte densité le long des axes principaux et au début des artères qui donnent sur ces axes. C'est le cas de la grande et la petite Talaa à Fes, de la rue des Consuls à Rabat, de plusieurs artères de la médina de Marrakech.

Toutes les médinas des anciennes capitales sont ainsi affectées. Comme l'illustrent pour certaines d'entre elles les croquis des figures 41, 42, 43 et 44. Des nuances sont à relever entre ces différentes médinas quant au degré d'implantation des bazars. La médina de Marrakech est celle qui a été la plus envahie par les bazars qui s'alignent le long de plusieurs artères débouchant sur la place Jamaa el Fna. Ensuite arrive Fes dont les deux principales artères sont complètement transformées par les bazars qui s'installent le plus souvent dans de vieilles maisons, en aménageant le rez-de-chaussée ou le premier étage en restaurants offrant des plats nationaux. C'est le cas de Tanger où les magasins de «souvenirs» s'installent aussi dans la ville nouvelle. Enfin, la ville de Rabat est en train de suivre la même évolution. Dans la Médina de cette dernière ville et le long de la rue principale qui va du début de Souk Sabat à la fin de la rue des Consuls, on relève 112 bazars et boutiques spécialisés dans la vente des tapis, tuniques, couvertures et autres objets destinés aux touristes sur un total de 236 commerces ouverts. Cette conversion rapide des locaux de commerces et de métiers qui s'explique par la tentation de gains «faciles» et intéressants donne lieu parfois à des situations difficiles à classer.

C'est le cas du coiffeur qui aménage le devant de son local pour exposer des objets d'artisanat, ou du petit épicier qui accroche à la devanture de son magasin des tuniques et des *gandoura*.

Le degré de «bazardisation» des médinas est en relation avec l'importance du flot des touristes de passage, puisque le nombre de nuitées décroît de Marrakech, à Tanger, Fes et Rabat. Ce phénomène participe donc aux transformations du paysage et du contenu de la médina dont «l'harmonie du zonage traditionnel : résidence, artisanat, commerce, espaces

compensateurs est détruite ...» (MANDLEUR A., 1972).

Mais celui qui semble profiter le plus de cette activité, c'est le grand bazariste. Ce nouveau type de commerçant occupe désormais le haut de l'échelle de la population active de la médina. Il habite rarement dans ce quartier et ne tient pas son commerce lui-même. C'est une activité qui nécessite un capital assez important puisqu'il faut louer une grande demeure ou un ancien palais pour exposer la marchandise, payer 4 ou 5 employés, s'occuper des expéditions à l'étranger, et surtout contrôler un réseau de ramassage des anciens articles et bijoux de la campagne.

A ce propos, il faut souligner qu'un ramassage systématique d'objets d'artisanat - qui parfois constituent des chefs-d'œuvre du patrimoine national - est en cours dans les montagnes et les régions reculées. On assiste actuellement à l'apparition de soukiers d'un nouveau genre qui fréquentent les souks du piedmont moyen-atlasique et ceux du Rif et qui arrivent à l'entrée du souk dès l'aube pour «arracher» des mains des paysans, non pas les œufs ou le beurre, mais les tapis, les couvertures, les céramiques et les bijoux. L'économie monétaire ayant pénétré cette campagne déjà depuis longtemps, les populations se séparent facilement de ces objets aux périodes de soudure.

Dans le même ordre d'idées, il faut signaler que les gravures rupestres du Sud ont été pillées et défigurées avec parfois la disparition de blocs de grès gravés de plusieurs tonnes, ce qui laisse croire que les pillards disposent de gros moyens et sont peu inquiétés.

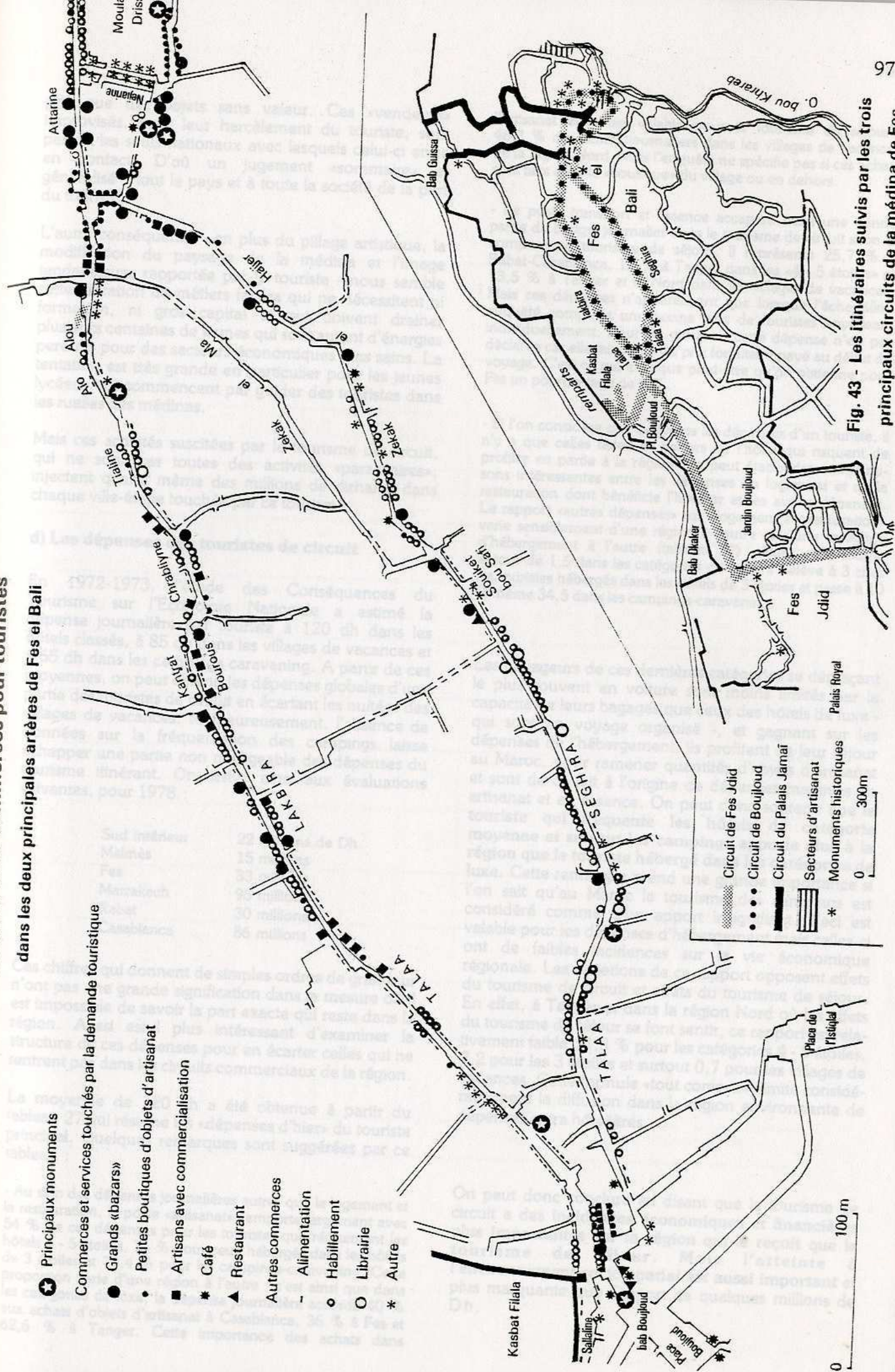
C'est aussi le cas d'objets d'art urbain : tapis, céramique, tissus et, de plus en plus, le bois sculpté et peint qui ornaient les vieilles demeures et dont parfois des pans entiers sont arrachés, vendus et exportés.

Ainsi, un pillage systématique d'objets qui ont une grande valeur du point de vue de la culture nationale est en cours, à la suite d'une forte demande touristique en objets d'art ou exotiques et l'absence du moindre contrôle de la commercialisation du capital artistique du pays.

Enfin, il faut souligner la prolifération de petits vendeurs et revendeurs qui fréquentent les lieux de passage des groupes touristiques et qui proposent des objets d'un artisanat de pacotille et une multitude de petits souvenirs : pierres curieuses, faux fossiles, «bijoux» berbères et toutes sortes d'animaux aussi bien vivants qu'empaillés (dans le Sud surtout). Certains, équipés de cyclomoteurs suivent l'autocar dans tous ses déplacements dans la ville, se livrent à une véritable chasse au touriste. La place Jamma el Fna à Marrakech constitue l'exemple type de ces nouveaux points de vente, où l'on propose n'importe quoi.

C'est là une brève description des modifications apportées par le tourisme de circuit aussi bien aux grandes qu'aux petites villes. Ces touristes, symboles de richesse, étant de simples passagers, une multitude de personnes vivant de ce tourisme essaient d'en tirer le maximum en leur vendant aussi bien des articles sans

Fig. 42 - Les implantations de « bazars » et de commerces pour touristes dans les deux principales artères de Fes el Bali



prix que des objets sans valeur. Ces «vendeurs» improvisés, dans leur harcèlement du touriste, sont parfois les seuls nationaux avec lesquels celui-ci entre en contact. D'où un jugement «sommaire» et généralisé à tout le pays et à toute la société de la part du touriste.

L'autre conséquence - en plus du pillage artistique, la modification du paysage de la médina et l'image tendancieuse rapportée par le touriste - nous semble cette tentation de métiers faciles qui ne nécessitent ni formation, ni gros capital et qui doivent drainer plusieurs centaines de jeunes qui sont autant d'énergies perdues pour des secteurs économiques plus sains. La tentation est très grande en particulier pour les jeunes lycéens qui commencent par guider des touristes dans les ruelles des médinas.

Mais ces activités suscitées par le tourisme de circuit, qui ne sont pas toutes des activités «parasitaires», injectent quand même des millions de dirhams dans chaque ville-étape touchée par ce tourisme.

d) Les dépenses des touristes de circuit

En 1972-1973, l'étude des Conséquences du Tourisme sur l'Economie Nationale a estimé la dépense journalière par touriste à 120 dh dans les hôtels classés, à 85 dh dans les villages de vacances et à 65 dh dans les campings caravaning. A partir de ces moyennes, on peut obtenir les dépenses globales d'une partie des touristes de circuit en écartant les nuitées des villages de vacances. Malheureusement, l'absence de données sur la fréquentation des campings laisse échapper une partie non négligeable des dépenses du tourisme itinérant. On arrive ainsi aux évaluations suivantes, pour 1978 :

Sud intérieur	22 millions de Dh
Meknès	15 millions
Fes	33 millions
Marrakech	95 millions
Rabat	30 millions
Casablanca	86 millions

Ces chiffres qui donnent de simples ordres de grandeur n'ont pas une grande signification dans la mesure où il est impossible de savoir la part exacte qui reste dans la région. Aussi est-il plus intéressant d'examiner la structure de ces dépenses pour en écarter celles qui ne rentrent pas dans les circuits commerciaux de la région.

La moyenne de 120 dh a été obtenue à partir du tableau 27 qui résume les «dépenses d'hier» du touriste principal. Quelques remarques sont suggérées par ce tableau :

- Au sein des dépenses journalières autres que le logement et la restauration, le poste «artisanat» l'emporte largement avec 54 % de ces dépenses pour les touristes qui fréquentent les hôtels 4 - 5 étoiles, 75 % pour ceux hébergés dans les hôtels de 3 étoiles et 76,4 % pour les campings-caravaning. Cette proportion varie d'une région à l'autre : c'est ainsi que dans les catégories de luxe, la dépense journalière accorde 40 % aux achats d'objets d'artisanat à Casablanca, 36 % à Fes et 62,6 % à Tanger. Cette importance des achats dans

l'artisanat est aussi valable pour le tourisme de séjour : 46,1 % des achats journaliers dans les villages de vacances de la région Nord. Mais l'enquête ne spécifie pas si ces achats sont faits dans la «boutique» du village ou en dehors.

- Le poste transport et essence accapare aussi une bonne partie du budget journalier dans le tourisme de circuit si on le compare au tourisme de séjour. Il représente 25,7 % à Rabat-Casablanca, 13 % à Tanger dans les «4 - 5 étoiles» et 13,5 % à Tanger et le Nord dans les villages de vacances. Mais ces dépenses n'apparaissent que lorsque l'échantillon enquêté comporte une bonne part de touristes voyageant individuellement. Pour les groupes, cette dépense n'est pas déclarée car elle fait partie du prix forfaitaire payé au début du voyage. C'est ce qui explique peut-être qu'on obtienne pour Fes un pourcentage de 6 %.

- Si l'on considère que de toutes les dépenses d'un touriste, il n'y a que celles faites en dehors de l'hôtel qui risquent de profiter en partie à la région, on peut établir des comparaisons intéressantes entre les dépenses du logement et de la restauration dont bénéficie l'hôtelier et les autres dépenses. Le rapport «autres dépenses» sur «logement et restauration» varie sensiblement d'une région à l'autre et d'une catégorie d'hébergement à l'autre (tableau 27). Alors qu'il tourne autour de 1,5 dans les catégories de luxe, il s'élève à 3 chez les touristes hébergés dans les hôtels de 3 étoiles et passe à 10 et même 34,5 dans les campings-caravaning.

Les voyageurs de ces dernières catégories se déplaçant le plus souvent en voiture sont moins limités par la capacité de leurs bagages que ceux des hôtels de luxe - qui sont en voyage organisé -, et gagnant sur les dépenses de l'hébergement, ils profitent de leur séjour au Maroc, pour ramener quantités d'objets d'artisanat et sont de ce fait à l'origine de dépenses massives en artisanat et en essence. On peut donc soutenir que le touriste qui fréquente les hôtels de catégorie moyenne et surtout les campings apporte plus à la région que le touriste hébergé dans les catégories de luxe. Cette remarque prend une grande importance si l'on sait qu'au Maroc le tourisme des campings est considéré comme d'un apport insignifiant. Ceci est valable pour les dépenses d'hébergement mais celles-ci ont de faibles incidences sur la vie économique régionale. Les variations de ce rapport opposent effets du tourisme de circuit et effets du tourisme de séjour. En effet, à Tanger et dans la région Nord où les effets du tourisme de séjour se font sentir, ce rapport est relativement faible : 1,3 % pour les catégories 4 - 5 étoiles, 2,2 pour les 3 étoiles et surtout 0,7 pour les villages de vacances. Cette formule «tout compris» limite considérablement la diffusion dans la région environnante de dépenses extra hôtelières.

On peut donc conclure en disant que le tourisme de circuit a des incidences économiques et financières plus importantes sur la région qui le reçoit que le tourisme de séjour. Mais l'atteinte à l'environnement socio-spatial est aussi important et plus marquante que l'apport de quelques millions de Dh.

II - L'ESPACE OCCUPE

A - Une concentration et une densification de l'espace

D - La prédominance du tourisme de séjour balnéaire

	log.	Rest.	Alim.	Loisirs	Service	Trans- port	Resence Actis.	P.T.T.	Cigar.	divers	total	Autres dépenses log. rest.		
4-5 étoiles	Rabat Casa	95,1	39,1	1,2	32,7	7,8	54,7	6,6	96,3	22,6	15,5	1,0	372,6	1,77
	Fes et Meknès	85,5	11,7	0,9	9,3	0,0	7,6	4,4	72,3	3,2	3,6	0,9	199,4	1,05
	Tanger et le Nord	108,9	19,9	0,8	27,1	2,6	20,4	1,9	106,9	7,0	3,4	0,4	299,3	1,33
	Rabat Casa	42,7	24,6	1,4	14,3	4,5	7,8	6,6	158,3	8,2	9,1	2,8	280,3	3,16
3 étoiles	Fes et Meknès	61,9	3,4	2,6	4,9	1,0	0,4	0,9	57,3	13,6	7,8	1,3	155,1	1,37
	Tanger et le Nord	48,1	35,8	1,4	21,0	5,6	16,6	7,2	123,0	7,2	4,2	6,7	236,1	2,29
	Rabat Casa	63,7	7,5	0,7	6,8	0,7	12,3	12,9	23,6	2,7	7,9	0,2	139,0	0,95
	Fes et Meknès	18,5	24,1	4,0	8,3	2,4	0,5	29,1	20,5	1,7	5,7	0,0	114,8	1,60
1-2 étoiles	Tanger et le Nord	16,2	24,6	1,7	12,5	10,5	5,4	2,3	16,7	3,3	4,3	9,4	106,9	1,60
	Tanger et le Nord	105,4	7,3	5,8	19,3	1,7	6,5	4,3	36,8	2,0	2,9	0,5	192,3	0,70
	Rabat Casa	10,3	0,0	26,3	0,3	3,3	0,0	9,5	310,8	2,3	3,5	0,2	366,3	34,6
	Fes et Meknès	5,3	8,2	15,3	10,7	1,8	1,1	20,6	75,3	4,2	6,9	5,6	155,0	10,5
Camp. Carav.	Tanger et le Nord	7,4	14,4	5,7	3,2	2,1	0,7	22,6	38,9	1,3	1,8	0,3	98,4	3,5

Tableau 27 - Structure de la dépense moyenne par personne pour la « journée d'hier » (en Dli - Enquête de 1972)

Source: Etude « Conséquences du tourisme sur l'Economie Nationale »

II - L'ESPACE OCCUPE

A - Une concentration et une densification de l'espace

1) - La prédominance du tourisme de séjour balnéaire

Si la fréquentation des différents circuits et villes-étapes a été peu modifiée ces dernières années, la tendance à la concentration des touristes de séjour sur le littoral, observée vers 1970, s'est maintenue ces dernières années. En 1972, 86,6 % des séjours ont eu lieu sur le littoral. En 1977, 80 % des propositions de séjour des agences de voyage internationales concernaient le littoral. Enfin, sur un total de 5 289 539 nuitées enregistrées en 1978, 68,5 % ont eu lieu sur le littoral.

Si l'on ne considère que les stations balnéaires de Tanger, de la côte méditerranéenne et d'Agadir, leur part est de 66,3 % pour l'enquête de 1972, de 70 % pour le dépouillement de l'échantillon de catalogues publicitaires, et de 47,2 % pour les nuitées de 1978. Les séjours balnéaires sont donc prédominants face aux séjours de l'intérieur. Les derniers se limitent à Marrakech et à Ouarzazate.

2) - Agadir s'impose comme la principale station de séjour

Les touristes enquêtés en 1972 et ayant pratiqué du tourisme de séjour se répartissaient comme suit (tableau 28 et fig. 36) :

Tanger et côte méditerranéenne	55,2 %
Casablanca	15,2 %
Agadir	11,1 %
Rabat	5,0 %
Marrakech	2,5 %
Sud (Ouarzazate)	0,7 %
Fes	0,1 %
Meknès	0,1 %

Tableau 28 - Répartition des touristes de séjour en 1972

Tanger et la côte méditerranéenne étaient la principale région de séjour avec la moitié de ces séjours. Agadir arrivait très loin en 3^e position avec ses séjours balnéaires. Quant à Casablanca, avec les hommes d'affaires qui séjournent plusieurs jours dans la capitale économique, elle occupait la deuxième place. Le reste des séjours était réparti entre Rabat, Fes, Meknès, Marrakech et Ouarzazate.

En 1977/78, la situation qu'on peut saisir de façon indirecte se présente autrement (fig. 37). Les programmes des agences de voyages accordent la première

place à Agadir avec 35 % des propositions de séjours et 50 % des hôtels retenus pour ces séjours. La deuxième place est occupée par Marrakech avec 20 % des propositions et 24,2 % des hôtels. La 3^e place revient à la côte méditerranéenne (qui occupe aussi la 2^e place si on lui ajoute Tanger) avec 22,5 % des propositions mais seulement 7,3 % des établissements hôteliers. Le faible pourcentage des établissements s'explique par la taille démesurée des villages de vacances de la côte méditerranéenne. Ce qu'il aurait fallu considérer, c'est le nombre de lits retenus, mais cette information a fait défaut.

Ces pourcentages de l'offre des lieux de séjour se trouvent plus ou moins confirmés par l'enquête directe menée auprès des établissements hôteliers de la côte méditerranéenne, d'Agadir, de Tanger et de Marrakech en 1977. Celle-ci a permis d'estimer la part des touristes hébergés par ces établissements hôteliers dans le cadre d'un séjour. Alors que sur la côte méditerranéenne, pratiquement 100 % des clients fréquentant les stations l'ont fait dans le cadre d'un séjour, ce pourcentage est de 77 % à Agadir, 30 % à Tanger et 50 % à Marrakech. Quant à Ouarzazate, la proportion des touristes de séjour se réduit aux effectifs enregistrés par le village du Club Méditerranée. Ces pourcentages recoupés avec le total des nuitées de chaque station permettent d'évaluer la part de ces nuitées qui sont vendues dans le cadre du tourisme de séjour. L'application de ces taux aux nuitées débouche sur les résultats suivants (tableau 29 page 101) :

Agadir a détrôné Tanger et la côte méditerranéenne avec son million de nuitées de séjour. Marrakech se tient en deuxième position et présente ainsi une certaine spécificité dans la mesure où elle occupe aussi la tête de liste comme ville-étape du tourisme de circuit. Alors qu'à Tanger le tourisme de passage concurrence le tourisme de séjour, à Marrakech ces deux formes se complètent. La côte méditerranéenne qui reçoit pratiquement 100 % de ses visiteurs pour des séjours arrive aussi en deuxième position.

Les deux stations qui concentrent le plus de nuitées

Station ou ville	Total des nuitées 1978 (1)	Part du tourisme de séjour (2)	Nuitées dues au tourisme de séjour	Répartition de ces nuitées de séjour par centre
Restinga	87 942	100 %	87 942	4,2 %
Mdiq	162 092	100 %	162 092	7,7 %
Cabo Negro	81 046	100 %	81 046	3,8 %
Al Hoceima	107 689	100 %	107 689	5,1 %
Côte méditerranéenne	(438 769)	100 %	(438 769)	(20,8 %)
Tanger	753 337	30 %	226 000	10,8 %
Agadir	1 292 422	77 %	995 164	47,4 %
Marrakech	356 459	30 %	428 229	20,4 %
Ouarzazate	136 134	3,5 %	11 579	0,6 %
Total	3 477 121	-	2 099 741	100,0 %

Tableau 29 - Total des nuitées et estimation des nuitées du tourisme de séjour

(1) Statistiques du Ministère du Tourisme. (2) Enquête personnelle - été 1978

sont Mdiq et Al Hoceima, car concentrant aussi le plus de lits en villages de vacances. Ceci fait baisser la part de Tanger où l'on séjourne de moins en moins. Cette baisse s'explique en partie par la diminution des entrées des Britanniques. Elle est à mettre en rapport avec les difficultés que connaît la réalisation des projets

de la S.N.A.B.T. Au total, les stations balnéaires d'Agadir, de la côte méditerranéenne et de Tanger totalisent 79 % des séjours. Le reste des nuitées va à Marrakech qui concentre la majorité des séjours de l'intérieur. Une partie infime est laissée à Ouarzazate au village du Club Méditerranée.

B - Quelques données sur les caractéristiques des espaces nés du tourisme de séjour

Ces fortes concentrations de touristes dans un certain site du littoral va avoir des répercussions plus manifestes que les passages du tourisme itinérant. Alors que le tourisme de circuit ne fait qu'apporter quelques retouches à un espace urbain qui tient sa physionomie actuelle d'une lente et complexe évolution où le tourisme ne joue pas le rôle principal, le tourisme de séjour se révèle parfois capable de créer des espaces nouveaux et d'apporter des modifications profondes aux paysages et aux hommes. C'est là la

différence fondamentale entre les effets des deux types de tourisme, mais ce n'est pas la seule. La troisième partie étant consacrée à deux exemples de ces espaces touristiques, les paragraphes qui suivent se contentent d'établir quelques comparaisons avec les effets du tourisme de circuit, et tout d'abord d'opposer le rythme saisonnier du tourisme de séjour à la fréquentation plus ou moins régulière déjà soulignée du tourisme de circuit.

1) - Une fréquentation touristique qui varie d'une station à l'autre

Agadir, Tanger, la côte méditerranéenne, Ouarzazate et Marrakech ont totalisé plus de 2 000 000 de nuitées de séjour soit un peu moins de 40 % du total des nuitées et plus de 80 % des nuitées de séjour.

Contrairement aux villes marquées par le tourisme de circuit, il y a de grandes oppositions entre ces différentes régions pour ce qui est de la fréquentation saisonnière. Ceci est illustré par le tableau 30.

	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Tanger	2,4	2,8	5,9	6,8	10,0	10,6	16,7	18,8	11,3	8,7	3,7	2,3
Côte méditerranéenne	1,9	4,1	4,2	4,7	8,3	9,7	20,5	21,5	14,4	6,2	2,7	1,8
Agadir	7,5	8,6	10,8	9,7	7,5	6,2	9,4	10,1	7,0	7,8	6,6	8,6
Marrakech	6,9	8,6	10,9	11,9	10,4	7,0	6,3	7,6	8,8	9,1	5,1	7,4
Ouarzazate	4,2	8,5	11,9	16,9	14,6	5,7	6,4	7,5	7,7	6,4	3,9	6,3

Tableau 30 - Répartition mensuelle des nuitées des principaux centres de séjour (en pourcentage)

Cette différence provient plutôt des conditions climatiques que du type de tourisme de séjour pratiqué. Aussi peut-on opposer des stations à fréquentation saisonnière marquée et des stations à fréquentation annuelle régulière (fig. 39 bis)

- Tanger et la côte méditerranéenne appartiennent au premier groupe. La fréquentation y est surtout estivale et elle est plus marquée sur la côte méditerranéenne qu'à Tanger. La fermeture de la presque totalité des établissements sur la côte est de règle. Ceci se traduit par un diagramme à la silhouette dissymétrique qui marque une pointe vers le haut.

- Ouarzazate présente le cas inverse. La rudesse du climat en été fait que la fréquentation est plutôt hivernale avec une pointe secondaire au printemps après le creux estival.

- Marrakech connaît une fréquentation plus régulière. La silhouette de la «rose» de sa fréquentation est assez régulière avec cependant deux périodes d'afflux : le printemps et l'été.

- Agadir bénéficie du flux le plus régulier. On n'y relève que trois mois qui connaissent une baisse sensible : juin, septembre et novembre. Les nuitées touristiques sont relativement bien réparties le reste de l'année. De ce fait, son diagramme à coordonnées polaires est de taille petite et au contour régulier.

Ces différences dans la régularité du flux touristique se traduisent en partie par des différences des taux de fréquentation. Les stations qui connaissent une réparti-

tion déséquilibrée des nuitées au cours de l'année souffrent de taux de fréquentation particulièrement bas : Tanger 30,5 %, Ouarzazate 27,4 % et la côte méditerranéenne 25 %. Quant aux villes qui reçoivent des touristes de façon régulière toute l'année, elles bénéficient d'un taux de fréquentation très élevé : Marrakech 59 % et Agadir 61 %.

Les variations de la fréquentation du point de vue de sa répartition et de son taux entraîneront des incidences différentes sur l'emploi.

Les types d'hébergement les plus utilisés sont les hôtels 4 - 5 étoiles qui reçoivent plus de 50 % des nuitées à Agadir, Marrakech et Tanger, et les villages de vacances qui contrôlent 70 % des nuitées sur la côte méditerranéenne occidentale et 60 % à Al Hoceima.

La prédominance de la clientèle française relevée dans les villes de tourisme de circuit est quelque peu atténuée dans les stations de séjour. C'est ainsi que les Français ne dépassent 50 % de la clientèle étrangère totale qu'à Ouarzazate (Club Méditerranée) et Marrakech. Leur part tombe à 40 % à Agadir, à 33 % à Al Hoceima et 13,4 % à Tanger. La baisse de la part des Français dans ces dernières stations est due à l'importance grandissante des Allemands : 14,7 % à Tanger, 10,9 % à Marrakech, 11,9 % à Ouarzazate et 26,6 % à Agadir, des Belges qui fréquentent les villages du Club Méditerranée et le Holiday Club (30,6 % à Al Hoceima).

2) - Les implantations touristiques diffèrent, par leur structure et leur localisation, des implantations dues au tourisme itinérant

L'importance de la taille moyenne des établissements hôteliers des régions de séjour a été déjà soulignée dans la comparaison avec celle des établissements du

tourisme itinérant (tableau 12). La taille de ces établissements est relativement grande et se trouve en relation étroite avec le mode de commercialisation du

produit séjour et le type de fonctionnement des unités de séjour. De ce fait, le tourisme de séjour entraîne une modification profonde et durable du paysage de la région où il s'installe : par une densification des constructions en dur (on ne relève que deux villages cases) et de grandes dimensions.

À côté des hôtels de catégorie de luxe 4 et 5 étoiles, un autre type d'hébergement caractérise les régions de séjour : c'est le village de vacances qu'on rencontre dans toutes les stations de séjour : côte méditerranéenne, Tanger-Asilah, Marrakech, Ouarzazate et Agadir.

L'architecture du Village doit obéir à certains critères. Elle doit « ou bien être effacée, discrète, mimétisée dans la nature comme le sont certains villages de cases ou bien légère, provisoire, prête aux mutations (...). Au dessous de 400 personnes, il est difficile d'animer une collectivité de vacances et au dessus de 1 200, l'anonymat s'installe (...). L'homme doit connaître avec rapidité l'espace dans lequel il va vivre, les lieux où la circulation, la déambulation, la marche, la rencontre participent d'un plaisir, d'un jeu, où l'homme à son rythme, à son échelle, à sa fantaisie, vit sans contraintes... » (WEILLER J., 1979). De ce fait, elle se traduit par des constructions qui, si elles doivent être effacées et discrètes, nécessitent pour cela énormément d'espace. Un espace qui est nécessaire pour héberger entre 400 et 1 200 personnes et qui est suffisant pour la circulation et la marche.

La projection spatiale de ces impératifs est constituée souvent par trois éléments :

- Au centre, un ou une série de bâtiments abritent des services et les loisirs collectifs (sauf le sport) : c'est l'administration, l'accueil, l'animation et la restauration.
- Tout autour de ce noyau central se répartissent les logements qui peuvent être sous forme de bungalows, appartements ou cases, mais parfois sous forme d'un bâtiment unique qui était prévu initialement pour abriter un hôtel classique. Ce deuxième espace comporte éparpillés, des terrains de sports : tennis, ranch, piscine...
- Le troisième élément est constitué par la plage, privatisée et qui est le lieu de cette rencontre.

Cette conception du lieu de séjour qui répond avant tout aux motivations des vacanciers (rupture avec la monotonie de l'existence de tous les jours, mais dans un mode de vie urbain confortable et sécurisé, avec la recherche d'un certain exotisme) mais aussi à leurs besoins en loisirs, en leur offrant le maximum d'activités, marque le paysage par ces vastes complexes grands consommateurs de terrains. La capacité des villages varie entre 500 et 1 200 lits (Al Hoceima). C'est là un exemple d'une projection de goûts et de motivations d'ailleurs sur des régions parfois reculées (Ouarzazate) et qui sont transformées en fonction de critères imposés de l'extérieur.

C'est aussi pour répondre à ces motivations, le contact avec les habitants du pays d'accueil étant secondaire, que ces implantations se tiennent à l'écart de toute urbanisation. De tous les villages de vacances implantés au Maroc, un seul se trouve en plein centre de la ville à Marrakech et ce, pour des raisons évidentes. Les autres se tiennent soit dans des régions

vides soit à l'écart des agglomérations.

L'espace touristique de Tanger qui réunit tourisme de séjour et tourisme de passage illustre bien cet aspect, et peut être opposé à l'espace «Marrakchi» qui a été décrit plus haut.

La ville du détroit dispose de deux ensembles d'hôtels (fig. 44). Des établissements pour la plupart de petite et moyenne taille se localisent en plein centre de la ville et parfois même dans la médina. Ils reçoivent surtout les touristes de passage qui débarquent ou embarquent pour l'Europe. Mais les plus grands établissements, les plus récents et les plus luxueux ont tendance à s'implanter loin de la ville vers l'Est. Ce sont les établissements qui reçoivent les touristes de séjour. Leur implantation est linéaire le long de la côte et d'une route qui les dessert. Leur architecture de type «tour» à l'allure élancée est peu heureuse. De plus en plus, et avec le remplissage des vides, ils constituent un mur continu qui tend à couper la ville du front de mer.

Plus à l'Est, se localise la zone d'intervention de la S.N.A.B.T. L'équipement de cette zone qui était lancé pour sortir Tanger et sa région de son marasme socio-économique, comptait sur le tourisme de séjour pour garder dans la région une partie des touristes de passage. Du coup, la région choisie se trouve éloignée de la ville. Les projets réalisés se limitent à deux hôtels de luxe et de grande taille (600 et 300 lits), au Club Méditerranée, à une résidence touristique (Marbella) et à un camping : Tingis. La localisation de ces établissements suit le même schéma que plus à l'Ouest : elle est linéaire le long de la côte. Plus à l'intérieur, la société attend toujours l'afflux des investisseurs. Le lac artificiel créé sur l'oued Melalah connaît une tendance à l'assèchement et il est de plus en plus pollué. Le démarrage de la région est handicapé par des conditions climatiques relativement peu favorables et par une concurrence du Sud qui répond plus aux goûts de la clientèle européenne.

Ainsi éloignement du centre urbain et alignement le long du littoral - qui est le but du séjour - tranchent avec la diffusion des établissements à Marrakech et leur localisation au centre de la ville et même à l'intérieur des remparts.

Ceci nous amène à poser le problème des répercussions de ce tourisme de séjour. Il convient de signaler dès maintenant quelques points qui différencient, encore une fois, tourisme de circuit et tourisme de séjour, réservant l'étude en détail à la partie suivante :

- Les stations de séjour offrent en général plus d'emplois en chiffres absolus que le tourisme de circuit. Les quatre établissements de la baie de Tanger emploient à eux seuls plus de 350 personnes. Mais ces emplois sont marqués par un rythme très saisonnier qui touche surtout le personnel marocain.
- Recevant d'importants groupes pour des séjours qui durent une à deux semaines, ces stations ont besoin d'un ravitaillement considérable. Mais ces besoins profitent plus ou moins à la région d'accueil.

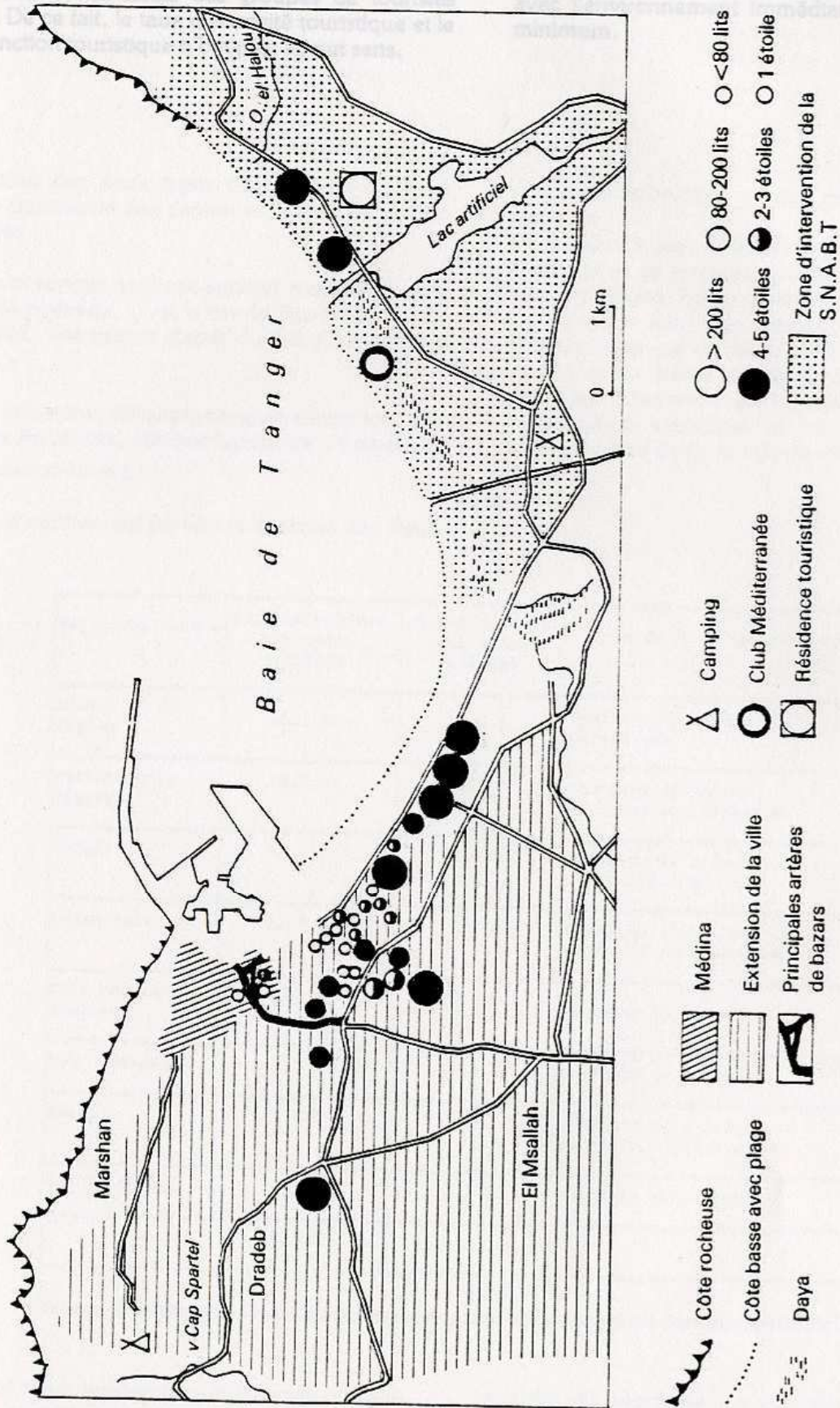


Fig. 44 - Implantations touristiques à Tanger et dans sa baie

- Contrairement au tourisme de circuit, ces stations ont des répercussions nulles en matière d'emplois indirects. La presque totalité du séjour se passant à l'intérieur de la station, on ne relève point autour d'elle cette multitude de petits métiers nécessités par les déplacements et les arrêts des groupes de touristes itinérants. De ce fait, le taux d'intensité touristique et le taux de fonction touristique n'ont plus aucun sens.

- La diffusion des deux types de tourisme dégagés permet un classement des centres et villes d'accueil en trois groupes :

- Des villes et centres qui sont surtout marqués par le tourisme de passage. C'est le cas de Fes-Meknès, des relais du Sud, des petites étapes du Rif, Chacouène et Ketama.

- Des villes et centres qui sont marqués avant tout par le tourisme de séjour, surtout balnéaire : Agadir, et la côte méditerranéenne.

- Des villes et centres qui portent le marque des deux

- Enfin, ces concentrations de vacanciers, de leurs animateurs et de leurs serveurs constituent de véritables kystes dans la région, même pour les établissements les plus profondément implantés dans le centre urbain, comme le «village» de Marrakech. Les rapports avec l'environnement immédiat sont limités au strict minimum.

styles de tourisme, et qui présentent de grandes variantes :

* Casablanca avec Mohammedia ajoutent au tourisme de circuit et de croisière prédominant un tourisme de séjour d'affaires. Rabat se rapproche de ce type.

* Tanger, bien qu'avantagée par sa position géographique qui en fait le porte principale du Maroc, souffre de ce même avantage, dans la mesure où les passages l'emportent sur les séjours.

* Marrakech constitue un cas spécifique. Elle joue presque à part égale le rôle de ville de séjour et de ville étape.

Région ou centre	Part en milliers sur total national	Part en lits sur total national	Type de tourisme pratiqué
Agadir et sa région	25,3 %	30,0 %	Tourisme de séjour et excursions
Marrakech et région	15,0 %	10,0 %	Tourisme de séjour, tourisme de circuit *
Tanger	14,2 %	15,4 %	Tourisme de séjour, ville étape *
Casablanca	13,5 %	8,0 %	Tourisme d'affaires, circuits - croisières
Côte méditerranéenne	9,5 %	12,5 %	Tourisme de séjour
Fes - Meknès	7,5 %	6,8 %	Tourisme de circuit
Rabat	4,8 %	5,6 %	Tourisme de circuit, tourisme d'affaires *
Sud Intérieur	4,7 %	4,7 %	Tourisme de circuit
	94,9 %	89,9 %	

* prédominant

Tableau 31 - Principaux centres et régions touristiques du Maroc touchés par le tourisme international

- Tout en ayant des manifestations différentes (sociales, économiques et spatiales), les effets du tourisme sont très nuancés d'une région à l'autre. L'impact a des degrés différents. Au niveau national, les villes-étapes du tourisme itinérant (Fes, Meknès) sont moins marquées que celles qui accueillent à leur tour

marque du tourisme sur ces dernières est encore moins forte que sur les villes qui reçoivent en majorité du tourisme de séjour (Agadir).

Mais au niveau de la ville elle-même, certaines zones

portant une marque plus forte que le reste de la ville. Comme le plus souvent, implantations hôtelières et monuments historiques sont dispersés, l'impact spatial se trouve lui aussi dispersé. Le tourisme de circuit entraînant des implantations de tourisme de séjour à l'échelle nationale, celles-ci le sont aussi à l'échelle locale. Dans le cas contraire, les implantations du tourisme balnéaire de séjour étant limitées à deux régions, leurs installations sont aussi très denses au

niveau local.

De tout ce qui précède, il apparaît que les transformations les plus profondes concernent les régions qui accueillent surtout le tourisme de séjour. Aussi faut-il s'intéresser maintenant aux processus qui marquent la naissance et le développement des régions touristiques de ce type, leur organisation spatiale et leur place dans le contexte local.

CONCLUSION

- La diffusion des deux types de tourisme dégagés permet un classement des centres et villes d'accueil en trois groupes :

- Des villes et centres qui sont surtout marqués par le **tourisme de passage**. C'est le cas de Fes-Meknès, des relais du Sud, des petites étapes du Rif: Chaouène et Ketama.

- Des villes et centres qui sont marqués avant tout par le **tourisme de séjour, surtout balnéaire** : Agadir, et la côte méditerranéenne.

- Des villes et centres qui portent la **marque des deux**

styles de tourisme, et qui présentent de grandes variantes :

- Casablanca avec Mohammedia ajoutent au tourisme de circuit et de croisière prédominant un tourisme de séjour d'affaires. Rabat se rapproche de ce type.

- Tanger, bien qu'avantagée par sa position géographique qui en fait la porte principale du Maroc, souffre de ce même avantage, dans la mesure où les passages l'emportent sur les séjours.

- Marrakech constitue un cas spécifique. Elle joue presque à part égale le rôle de ville de séjour et de ville étape.

Région ou centre	Part en nuitées sur total national	Parts en lits sur total national	Type de tourisme pratiqué
Agadir et sa région	25,3 %	20,0 %	tourisme de séjour * excursions
Marrakech et région	16,2 %	10,0 %	tourisme de séjour tourisme de circuit *
Tanger	14,2 %	16,4 %	tourisme de séjour ville étape *
Casablanca	13,6 %	8,0 %	tourisme d'affaires circuits - croisières
Côte méditerranéenne	8,6 %	12,5 %	tourisme de séjour
Fes - Meknès	7,5 %	6,8 %	tourisme de circuit
Rabat	4,8 %	4,6 %	tourisme de circuit tourisme d'affaires *
Sud Intérieur	4,7 %	4,7 %	tourisme de circuit
	94,9 %	83,0 %	

* prédominant

Tableau 31 - Principaux centres et régions touristiques du Maroc touchés par le tourisme international

- Tout en ayant des manifestations différentes (sociales, économiques et spatiales), les effets du tourisme sont très nuancés d'une région à l'autre. L'impact a des degrés différents. Au niveau national, les villes-étapes du tourisme itinérant (Fes, Meknes) sont moins marquées que celles qui ajoutent à cela un tourisme de séjour (Marrakech, Tanger) et la

marque du tourisme sur ces dernières est encore moins forte que sur les villes qui reçoivent en majorité du tourisme de séjour (Agadir).

Mais au niveau de la ville elle-même, certaines zones privilégiées par leur intérêt véhiculé par les marchands de vacances et surtout par leurs capacités d'accueil

portent une marque plus forte que le reste de la ville. Comme le plus souvent, implantations hôtelières et monuments historiques sont dispersés, l'impact spatial se trouve lui aussi dispersé. Le tourisme de circuit entraînant des implantations diffuses au niveau national, celles-ci le sont aussi au niveau local. Dans le cas contraire, les implantations du tourisme balnéaire de séjour étant limitées à deux régions, leurs installations sont aussi très denses au

niveau local.

De tout ce qui précède, il apparaît que les transformations les plus profondes concernent les régions qui accueillent surtout le tourisme de séjour. Aussi faut-il s'interroger maintenant sur les processus qui marquent la naissance et le développement des régions touristiques de ce type, leur organisation spatiale et leur place dans le contexte local.

TROISIEME PARTIE

DEUX TYPES D'ESPACES TOURISTIQUES

MAROCAINS

LA CÔTE MEDITERRANEENNE ET AGADIR

Les développements précédents ont mis en place les caractéristiques du tourisme international pratiqué au Maroc, en insistant sur les facteurs internes et externes qui le marquent aussi bien dans sa spécificité que dans son évolution actuelle. Originalité et tendances actuelles vers le type de tourisme homogène qu'on rencontre partout sur le pourtour méditerranéen, marquant différemment l'espace marocain.

d'une région à l'autre, surtout en ce qui concerne les rapports qui se passent entre les stations touristiques et l'extérieur pays qui les héberge. Aussi faut-il analyser maintenant, à travers deux exemples nés de ce type de tourisme, les conditions de naissance, l'organisation et l'évolution de ces nouveaux espaces.

TROISIEME PARTIE

Le tourisme de séjour balnéaire, s'adressant à des groupes qui arrivent dans le cadre de voyages organisés par les agences de voyages, est le type de tourisme le plus répandu au Maroc.

Les stations touristiques de la côte méditerranéenne, ainsi que celles d'Agadir, sont nées directement de ce type de tourisme. Elles ont subi les mêmes influences géographiques, les mêmes concentrations de vacanciers que les autres stations touristiques du pourtour méditerranéen. Mais, au niveau des facteurs qui ont joué pour la naissance et l'évolution de ces deux espaces, qu'au niveau de leur organisation et leur fonctionnement.

DEUX TYPES D'ESPACES TOURISTIQUES

MAROCAÏNS:

LA CÔTE MEDITERRANEENNE ET AGADIR

CHAPITRE I

LA NAISSANCE DES ESPACES TOURISTIQUES:
DES AMENAGEMENTS VOLONTAIRES

La naissance de la station du Sous ainsi que celle des stations de la côte méditerranéenne sont dues avant tout à un aménagement volontaire de régions auparavant vides, décidé et programmé dans le cadre de la planification nationale pour le développement. Ils sont donc à rapprocher des créations purement volontaires.

Les développements précédents ont mis en place les caractéristiques du tourisme international pratiqué au Maroc, en insistant sur les facteurs internes et externes qui le marquent aussi bien dans sa spécificité que dans son évolution actuelle. Originalité et tendances actuelles vers le type de tourisme homogène qu'on rencontre partout sur le pourtour méditerranéen, marquent différemment l'espace marocain.

Le tourisme de séjour balnéaire, s'adressant à des groupes qui arrivent dans le cadre de voyages organisés par les «tour operator» européens, a les incidences les plus voyantes. Il a entraîné la naissance d'espaces touristiques qui présentent la même physionomie et les mêmes concentrations de vacanciers que les autres espaces touristiques qui ont été décrits dans d'autres régions méditerranéennes. Mais, derrière ces caractères communs se cachent de profondes nuances

Le lancement de ces stations se fait dans des régions aux conditions climatiques différentes et ceci est un premier facteur de différenciation et un élément explicatif de leur succès ou leur échec. Si le facteur le plus décisif pour le lancement a été l'intervention massive des pouvoirs publics, il semblerait que ce soit

d'une région à l'autre, surtout en ce qui concerne les rapports qui se tissent entre les stations touristiques et l'arrière pays qui les héberge. Aussi faut-il analyser maintenant, à travers deux exemples nés de ce type de tourisme, les conditions de naissance, l'organisation et l'évolution de ces nouveaux espaces.

De toutes les régions touristiques dégagées auparavant, les stations de la côte méditerranéenne ainsi que celles d'Agadir sont nées directement de ce type de tourisme. D'où leur choix pour l'analyse des répercussions de ce tourisme. Par ailleurs, leurs localisations géographiques différentes permettent des comparaisons fructueuses, avec des nuances différentes aussi bien au niveau des facteurs qui ont joué pour la naissance de chacun des deux espaces, qu'au niveau de leur organisation et leur fonctionnement.

A - Les limites des attraits de la mer et du soleil: le «mythe de la Méditerranée»

Comme partout ailleurs, le produit de la côte méditerranéenne marocaine se réduit à deux pôles : la mer et le soleil. Or, l'étude de la «vocation touristique» du Maroc a déjà montré que la côte méditerranéenne occidentale ne jouit pas de tous les attraits qui font du pourtour méditerranéen une des principales destinations du tourisme européen. Les conditions climatiques

optimales ne se réunissent que vers l'Est à partir d'Al Hoceima, alors que sur la côte de Tanger la proximité de l'océan Atlantique apporte un rafraîchissement de la température atmosphérique et de la température des eaux côtières. Aussi, il convient de préciser ces données et de nuancer ce «mythe de la Méditerranée».

1) - Les sites

Les sites choisis sont certes des sites balnéaires aux paysages méditerranéens. Une série de plaines exiguës s'échelonnent du Nord au Sud : la plaine de Fnideq, de l'oued Anwad, de Smir et de Martil. Elles sont noyées par des avancées montagneuses qui se terminent par des côtes rocheuses. Enfin, plaines

hautes et côtes rocheuses paissent à des petites plages au sable fin. Ces mêmes paysages se retrouvent avec plus de contrastes sur le site d'Al Hoceima. Une série de petites criques tronquent le littoral de la Baie du Nekor-Rhett, chaque petite crique comportant une plage aux vagues calmes.

LA NAISSANCE DES ESPACES TOURISTIQUES: DES AMENAGEMENTS VOLONTAIRES

La naissance de la station du Souss ainsi que celle des stations de la côte méditerranéenne sont dues avant tout à un aménagement volontaire de régions auparavant vides, décidé et programmé dans le cadre de la planification nationale pour le développement. Ils sont donc à rapprocher des créations purement volontaires du littoral Sud-Tunisien et à opposer à certains espaces touristiques espagnols comme la Costa Brava, qui sont nés de façon spontanée (BARBAZA Y., 1970).

Le lancement de ces stations se fait dans des régions aux conditions climatiques différentes et ceci est un premier facteur de différenciation et un élément explicatif de leur échec ou leur succès. Si le facteur le plus décisif pour le lancement a été l'intervention massive des pouvoirs publics, il semblerait que ce soit l'influence des «tour operator» et les motivations de la clientèle européenne consommatrice de ces espaces qui en expliquent la réussite ou l'échec.

I - LA CÔTE MEDITERRANEENNE : L'AMENAGEMENT VOLONTAIRE D'UN PAYS VIDE

La côte méditerranéenne était presque vide de toute installation touristique à la veille du plan triennal de 1965-1967 puisque sa part dans la capacité d'accueil du pays était de 6 % en 1964. Mais, en 1978, elle regroupe 12,5 % de cette capacité concentrée en deux points : le long de la côte Est de la Péninsule de Tanger et à Al Hoceima. Si elle se tient désormais loin

d'Agadir, qui avec 9 465 lits a totalisé 1 300 000 nuitées dues au tourisme international en 1978, elle n'en reste pas moins la deuxième région de séjour balnéaire avec 6 000 lits et près de 500 000 nuitées. Quels sont donc les facteurs qui expliquent cette apparition brutale du tourisme et ses projections spatiales dans une région quasi-vide auparavant ?

A - Les limites des attraits de la mer et du soleil: le «mythe de la Méditerranée»

Comme partout ailleurs, le produit de la côte méditerranéenne marocaine se réduit à deux pôles : la mer et le soleil ; or, l'étude de la «vocation touristique» du Maroc a déjà montré que la côte méditerranéenne occidentale ne jouit pas de tous les attraits qui font du pourtour méditerranéen une des principales destinations du tourisme européen. Les conditions climatiques

optimales ne se réunissent que vers l'Est à partir d'Al Hoceima, alors que sur la côte de Tetouan la proximité de l'océan Atlantique apporte un rafraîchissement de la température atmosphérique et de la température des eaux côtières. Aussi, il convient de préciser ces données et de nuancer ce «mythe» de la Méditerranée.

1) - Les sites

Les sites choisis sont certes des sites balnéaires aux paysages méditerranéens. Une série de plaines exigües s'échelonnent du Nord au Sud : la plaine de Fnideq, de l'oued Aswad, de Smir et de Martil. Elles sont morcelées par des avancées montagneuses qui se terminent par des côtes rocheuses. Enfin, plaines

basses et côtes rocheuses passent à des petites plages au sable fin. Ces mêmes paysages se retrouvent avec plus de contrastes sur le site d'Al Hoceima. Une série de petites criques tronquent le littoral de la Baie du Nekor-Rheris, chaque petite crique comportant une plage aux eaux calmes.

2) - Les données climatiques

a) La température des eaux littorales

Si les stations de la côte tetouanaise bénéficient effectivement d'étendues d'eaux calmes, favorables à la natation et aux divers sports nautiques, il en est autrement pour la température de l'eau. En effet, les eaux de ce littoral ne deviennent plus chaudes que celles de l'océan que pendant les mois de juillet/août. Cette différence s'estompe quand on considère les moyennes saisonnières : 19° en moyenne pour l'été à Sebta, 20° à Mdiq, contre 19° à Agadir et 20° à El Jadida. Pendant le reste de l'année, la température des eaux près des côtes est égale ou plus basse que la température des eaux de l'océan : 14° en moyenne pour l'hiver à Sebta, 15° à Mdiq, 16,5° à Agadir et 15° à Casablanca.

Il apparaît aussi à travers la figure 45 que les eaux de la côte méditerranéenne marocaine ne deviennent franchement plus chaudes que vers l'Est (23° en moyenne pour août à Al Hoceima et 24° à Saidia).

La douceur des eaux du littoral méditerranéen ne se vérifie donc point sur le littoral de Tetouan, et ceci s'expliquerait par les mouvements d'échange d'eaux entre la mer et l'océan déjà précédemment exposés (1^{re} partie).

b) L'insolation

La fraîcheur relative de ces eaux explique en partie l'apparition de brumes et de brouillards côtiers épais qui sont arrêtés vers l'intérieur par les sommets de la Dorsale Calcaire et qui sont persistants en été. Ces brouillards entraînent une faible insolation. Celle-ci, avec une durée de moins de 2 500 heures par an, place la côte de Tetouan dans la même zone que les sommets du Moyen Atlas Oriental (fig. 8).

C'est aussi dans la dernière tranche (moins de 60 jours/an) que se situe notre littoral pour ce qui est de l'insolation continue. Enfin, cette côte connaît entre 15 et 25 jours d'insolation nulle, ce qui est assez élevé si l'on songe au littoral d'Agadir qui enregistre moins de 5 jours d'insolation nulle, en dépit de ses brouillards persistants.

Pour ce qui est des durées d'insolation, la côte de Tetouan est donc loin d'être une région type de l'ensoleillement méditerranéen. Ceci n'est certes pas le cas de la station d'Al Hoceima qui, se trouvant dans un climat plus aride, connaît un ciel plus clair et ensoleillé. Il semble même que cette côte soit plus couverte que le littoral espagnol de la Costa del Sol comme le montrent les photographies prises par satellite.

Par ailleurs, le caractère saisonnier de cet ensoleillement est très marqué. Avec 300 heures de durée d'insolation pour le

mois de juillet contre 150 pour le mois de janvier, 8 jours d'insolation continue pour le mois de juillet contre 2 pour le mois de janvier et moins d'un jour d'insolation nulle pour juin contre 4 pour janvier (fig. 45), cette région bénéficie, en effet, d'un ciel lumineux pendant la saison estivale. Ce caractère saisonnier se retrouve aussi à Al Hoceima mais celle-ci est relativement avantagée par sa plus forte insolation (2 750 à 3 000 h. d'insolation par an).

Ainsi, cette luminosité du ciel qui fait le prestige de la Méditerranée et qui a séduit au départ les promoteurs de ces stations ne se vérifie que pendant une courte période estivale.

c) Les pluies

La rareté des pluies est, en principe, un autre attrait des côtes méditerranéennes. Le littoral de la Péninsule Tingitane connaît 5 mois de sécheresse et 4 à 5 mois humides à très humides. Mais, située sur le passage des dépressions océaniques et à proximité de l'Océan, cette partie de la côte méditerranéenne est de loin la plus humide. Sebta avec 583 mm, Martil avec 560 mm, reçoivent presque le double des précipitations de Melilla: 324 mm et dépassent même Malaga sur la Costa del Sol qui enregistre 484 mm. Là aussi, Al Hoceima est la station la plus sèche avec 308 mm (COUVREUR-LARAICHIE, 1972).

Plus intéressante pour le touriste, la moyenne annuelle du nombre de jours de précipitations de 6 h. à 18 h., qui est de moins de 20 jours dans la baie d'Agadir, atteint 60 jours sur le littoral de Tetouan. Ces jours de pluie sont certes concentrés en hiver et au printemps mais accentuent l'aspect saisonnier des attraits climatiques (fig. 45).

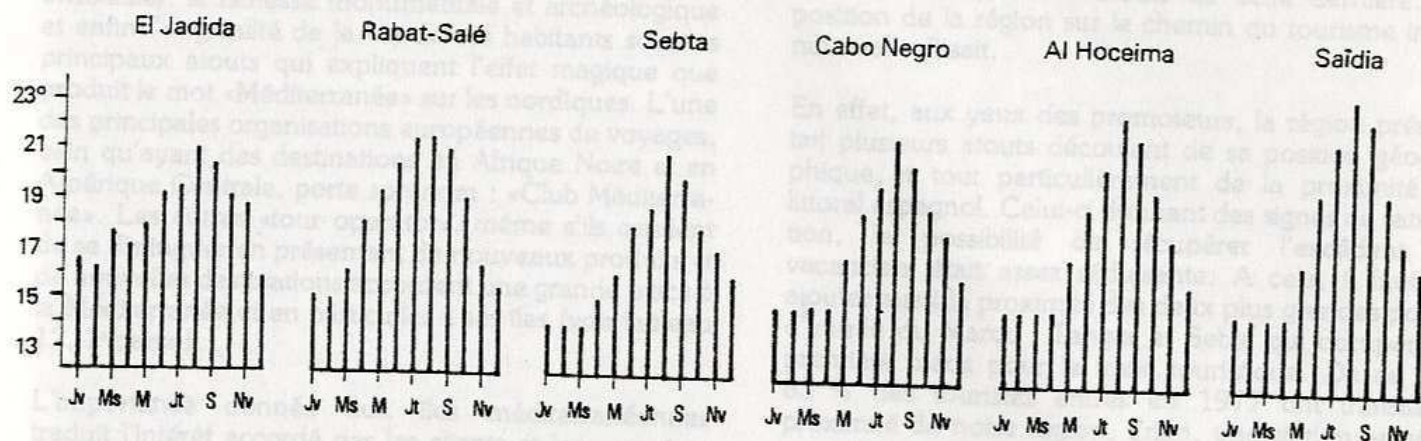
Il apparaît à travers ce bref exposé de certains faits climatiques touchant directement le tourisme que le secteur de la côte de Tetouan, aménagé en région touristique, **ne dispose des attraits méditerranéens que pendant la période estivale**. A part une certaine beauté des paysages littoraux et des températures de l'air relativement douces, la «vocation touristique» de la région ne se vérifie pas la majeure partie de l'année.

A ces limites climatiques qui s'accompagnent d'un couvert végétal dégradé et peu riche, il convient d'ajouter la relative pauvreté de la côte en centres d'intérêts touristiques et culturels. Tetouan, ville au riche passé, aux multiples monuments et à l'ambiance assez méditerranéenne a été ignorée jusqu'à maintenant par les promoteurs. Le premier hôtel de style moderne (204 lits) et géré par la société Safir vient d'y ouvrir ses portes en juillet 1978. Quant à Al Hoceima, c'est une petite cité ensommeillée et d'un intérêt médiocre.

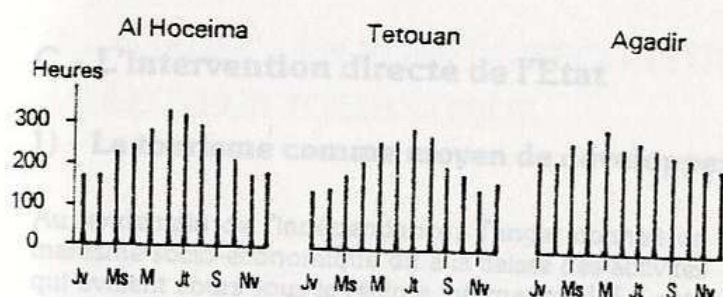
B - L'emprise indirecte des «tour operator» et des motivations touristiques

La raison principale de la naissance de ces stations réside dans le désir de répondre à une demande pressante du tourisme international en espaces balnéaires. Toute la publicité des organisateurs de voyages tourne - on l'a vu - autour du thème du soleil et de la mer. La Méditerranée s'est imposée depuis longtemps

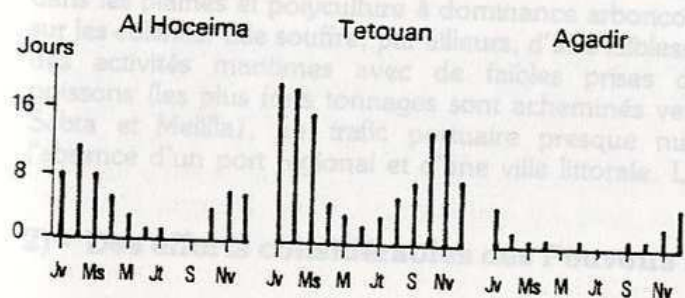
comme une destination touristique balnéaire principale. De toutes les autres destinations du tourisme de masse du XX^e siècle, c'est la plus ancienne. La réputation des anciennes «Riviera», la proximité d'une grande région d'émission de touristes (l'Europe occidentale), la beauté et la variété de sa



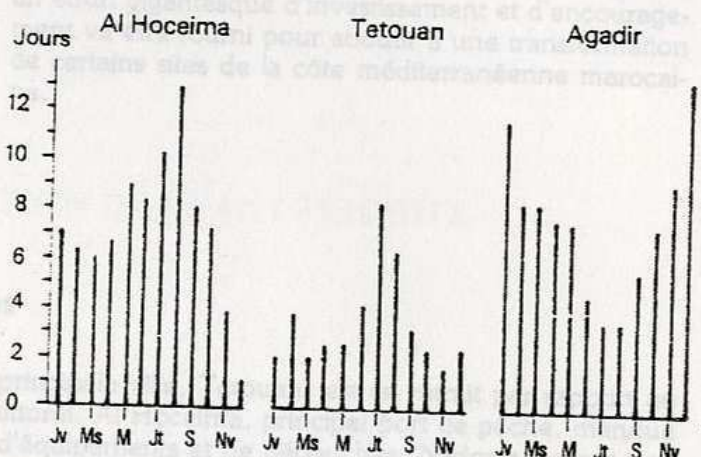
Variations mensuelles de la température des eaux côtières de l'Océan et de la Méditerranée



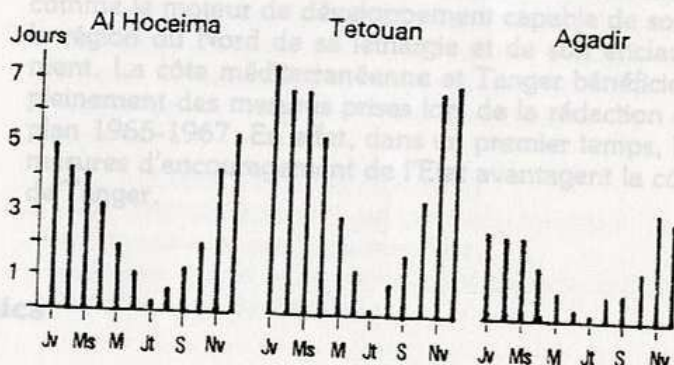
Nombre moyen d'heures d'insolation par mois



Distribution mensuelle de l'insolation nulle



Distribution mensuelle de l'insolation continue



Répartition mensuelle des jours recevant des pluies entre 6h et 18h.

Fig. 45 - Rappel de quelques données climatiques relatives aux espaces touristiques méditerranéen et gadiri

nature (plages, côtes rocheuses, eaux côtières tièdes, végétation relativement riche, climat doux et ensoleillé), la richesse monumentale et archéologique et enfin l'originalité de la vie de ses habitants sont les principaux atouts qui expliquent l'effet magique que produit le mot «Méditerranée» sur les nordiques. L'une des principales organisations européennes de voyages, bien qu'ayant des destinations en Afrique Noire et en Amérique Centrale, porte son nom : «Club Méditerranée». Les autres «tour operator», même s'ils essaient de se distinguer en présentant de nouveaux produits et de nouvelles destinations accordent une grande place à la Méditerranée et en particulier à ses îles (voir tableau 12, 1^{re} partie).

L'importance donnée aux îles méditerranéennes traduit l'intérêt accordé par les clients et les organisateurs de voyages à la mer et à son corollaire, le soleil, deux plaisirs dont on profite de préférence dans un cadre et une ambiance avant tout européens. Quant aux attraits culturels et de découverte du pays et de son peuple, ils sont relégués au second plan comme un simple alibi.

Ce n'est que dans ce contexte qu'on peut comprendre la lancée du Maroc dans la course de l'aménagement des sites balnéaires ainsi que le choix de la côte Nord dont le principal atout est de s'appeler côte méditerranéenne. Ce mot magique a sûrement fait oublier qu'il

peut ne pas recouvrir une réalité méditerranéenne, en ne disposant pas des atouts de cette dernière. La position de la région sur le chemin du tourisme international suffisait.

En effet, aux yeux des promoteurs, la région présentait plusieurs atouts découlant de sa position géographique, et tout particulièrement de la proximité du littoral espagnol. Celui-ci donnant des signes de saturation, la possibilité de récupérer l'excédent de vacanciers était assez séduisante. A cela, il faudrait ajouter aussi la proximité des deux plus grandes portes d'entrée du Maroc : Tanger et Sebta qui occupent la première place pour le trafic touristique. De ce fait, 63 % des touristes entrés en 1977 ont transité à proximité de notre région. Enfin, une station balnéaire créée sur le style espagnol, à quelques kilomètres seulement de ce foyer, mais en terre maghrébine et africaine, pouvait attirer les vacanciers stationnés sur le littoral espagnol et en quête de dépaysement et d'exotisme.

Toutes ces considérations étaient suffisamment fortes pour faire oublier les faibles potentialités de la région et un effort gigantesque d'investissement et d'encouragement va être fourni pour aboutir à une transformation de certains sites de la côte méditerranéenne marocaine.

C - L'intervention directe de l'Etat

1) - Le tourisme comme moyen de développement

Au lendemain de l'indépendance, Tanger connaît un marasme socio-économique dû à la baisse des activités qui avaient cours sous le régime international. La côte méditerranéenne, elle, souffrait d'un enclavement naturel, historique et économique. La dorsale calcaire du pays j'ala ainsi que les hautes crêtes du Rif s'ajoutent aux séquelles de la coupure politique sous les deux protectorats (réseau routier Nord-Sud embryonnaire) pour isoler le littoral du reste du pays. La vie économique est basée essentiellement sur une agriculture traditionnelle et vivrière : céréaliculture dans les plaines et polyculture à dominance arboricole sur les collines. Elle souffre, par ailleurs, d'une faiblesse des activités maritimes avec de faibles prises de poissons (les plus forts tonnages sont acheminés vers Sebta et Melilla), un trafic portuaire presque nul, l'absence d'un port régional et d'une ville littorale. La

principale ville, Tetouan, est en retrait par rapport au littoral. Al Hoceima, principal port de pêche, manque d'équipements et de débouchés. Nador a surtout une activité de ravitaillement, les importations l'emportant sur les exportations.

Devant cette situation difficile, aggravée vers l'Est par de très fortes densités de population et en raison des «atouts» soulignés plus haut, le tourisme est choisi comme le moteur de développement capable de sortir la région du Nord de sa léthargie et de son enclavement. La côte méditerranéenne et Tanger bénéficient pleinement des mesures prises lors de la rédaction du plan 1965-1967. En effet, dans un premier temps, les mesures d'encouragement de l'Etat avantagent la côte de Tanger.

2) - Des efforts considérables des Pouvoirs Publics

Si les réductions des droits d'enregistrement, les facilités de crédit, les exonérations de droits de douanes pour les biens d'équipement importés sont généralisées à toutes «les zones d'aménagement prioritaire» (Z.A.P.), la prime d'équipement de l'Etat avantagait nettement Tanger et la côte méditerranéenne où elle pouvait atteindre respectivement 20 % et 15 % du montant de l'investissement. Ainsi, une entreprise intéressée par la région pouvait se contenter d'un

apport de 25 % du total de l'investissement, 15 % étant couverts par la prime d'équipement de l'Etat et 60 % par un crédit hôtelier. Ces facilités qui faisaient supporter de lourdes charges financières à l'Etat étaient destinées à attirer les promoteurs dans cette région-pilote.

L'effort de l'Etat va s'étendre aux investissements

directs. Il a participé au financement de 95 % des lits créés dans la première phase. Les 25 % des lits créés entre 1965 et 1969 sont financés par Maroc-Tourist, société à capitaux étatiques (Restinga et Al Hoceima).

Par le biais de la caisse de Dépôt et de Gestion qui s'associe à d'autres groupes, l'Etat est aussi présent dans la société Marocaine pour le Développement Touristique (SOMADET) qui regroupe, entre autres, la Royal Air Maroc, l'Office National Marocain du Tourisme et des groupes français et belges et qui a construit 50 % des lits (Mdiq essentiellement). La Société Africaine du Tourisme (S.A.T.) dont le capital se partage entre la Caisse de Dépôts et de Gestion et la Banque de Paris et des Pays-Bas s'occupe de l'équipement de la station de Cabo Negro (PÉRÉ M., 1975).

Enfin, c'est l'Etat aussi qui va réaliser les travaux de viabilisation et d'infrastructure en ouvrant routes principales et routes d'accès, adductions d'eau, électricité, assainissement et communications. Au lendemain de l'indépendance, les routes de liaison Nord-Sud ainsi qu'une liaison littorale reliant les futurs sites touristiques manquaient. Aussi, de nouveaux axes sont tracés pour relier le reste du pays à ces régions qui sont à développer : la route de l'unité, le tronçon reliant Al

Hoceima à Taza, celui joignant Nador à la route principale n°1 de Fes à Taza (TROIN J.F., 1967). En même temps, une route de liaison côtière part de Tanger jusqu'au sud de l'oued Laou (village de Targa) et doit se continuer en principe jusqu'à Al Hoceima. Elle nécessite de grands travaux et un entretien continu à cause de la nature du substratum. Ces artères ne sont certes pas empruntées uniquement par les touristes, mais ces derniers en sont les grands utilisateurs.

Ainsi, concrétisant sa volonté de faire surgir ces stations dans des zones vierges de toute installation, l'Etat fournit un effort considérable - en prenant à sa charge également une partie du financement - effort qui dépasse son intervention dans une zone comme Agadir où il est presque absent comme investisseur et constructeur.

La projection spatiale de ses efforts se traduit par la naissance sur la côte de Tetouan, du Sud au Nord, des stations de **Cabo Negro** (le Club Méditerranée et le complexe résidentiel de la S.A.T.) de **Mdiq** (le Village Vacances Tourisme, le Holiday Club, et le Complexe Kabila) et de **Restinga** (le Complexe Maroc-Tourist et le Club Méditerranée). A l'autre bout, Al Hoceima se dote du Complexe Maroc-Tourist et d'un Club Méditerranée.

II - AGADIR : UN PLAN DE RECONSTRUCTION DONNANT PRIORITE AU SECTEUR TOURISTIQUE

Dans certains pays nordiques, le Maroc est synonyme d'Agadir. Cette station, inexistante vers 1960, est désormais programmée par tous les grands «tour operator» européens. Née de rien à la veille du plan 1965-1967 et au lendemain du séisme (1 % de la capacité nationale et 26^e rang des villes équipées en hôtels), elle accueillait en 1971, soit 12 ans après, plus de 9 % des touristes entrés au Maroc, disposait de 10 % des lits touristiques du pays et se plaçait ainsi au deuxième rang avec Marrakech et après Tanger (PÉRÉ M., 1972).

En 1977, elle reçoit la visite de 20,3 % des touristes rentrés au Maroc, alors qu'en 1978 elle enregistre 24 % des nuitées dues au tourisme international et se trouve ainsi et de loin, au premier rang. Quant à sa capacité d'hébergement, elle représente désormais 20 % de la capacité totale homologuée du pays et se classe aussi au premier rang.

C'est donc l'exemple typique de ces stations qui surgissent du néant et se remplissent en quelques années et dont Alain Reynaud disait : «Par opposition à la lente genèse souvent millénaire des espaces ruraux ou aux transformations séculaires des espaces urbains, les espaces touristiques sont souvent des espaces vides, remplis - en quelques années ou en quelques décennies - et organisés rationnellement en fonction de critères de rentabilité» (REYNAUD A., 1975). Si la côte méditerranéenne répond à la même définition, le remplissage à Agadir a été plus rapide, brusque et se poursuit actuellement à un rythme accéléré. Ce «boom» est le résultat d'une conjugaison de trois éléments :

- des conditions naturelles favorables
- une volonté étatique de faire du tourisme l'activité principale de la ville reconstruite
- une action décisive des «tour operator» européens et des motivations des touristes.

A - Une station aux quatre saisons

1) - Un site balnéaire unique sur le littoral atlantique marocain

Les avantages de la côte d'Agadir proviennent de l'étendue d'une plage de sable fin - 9 km d'Agadir à l'oued Souss et plus au Sud - abritée des vents du N.E. et de la houle par le Cap Rhir.

La houle n'est pas absente sur le littoral de la baie d'Agadir, mais venant du Nord-Ouest, elle se trouve brisée par l'avancée du Cap Rhir. Elle est fréquente surtout en hiver et peut être aggravée par des

tempêtes. Mais de tout le littoral atlantique marocain, c'est le secteur où elle est la moins violente : elle n'y dépasse pas 1,5 m pendant 226 jours. Les eaux de la baie sont donc relativement calmes surtout en été. Mais pendant cette saison, ces eaux sont rafraîchies sous l'influence du courant des Canaries et leurs températures peuvent être plus basses que celles du littoral

2) - Les données climatiques

Agadir et son littoral se localisent dans la zone qui enregistre entre 3 000 et 3 250 h. d'insolation par an. Cette insolation est répartie de façon plus régulière qu'au Nord avec néanmoins un creux estival pour ce qui concerne l'insolation continue : juin, juillet et septembre ne dépassent pas 6 jours par mois d'insolation continue. Cette période correspond aussi au plus grand nombre de jours de brouillards par mois : 4,5 pour juillet et 5,5 pour août. Ces brouillards sont d'ailleurs plus persistants qu'au Nord et ne se dissipent qu'en milieu de journée (fig. 7).

Cette saison estivale est présentée comme ne connaissant pas de fortes chaleurs : la moyenne d'août égale à 22°7 est plus basse que celle de Marrakech par exemple. Ceci ne se vérifie qu'en partie quand on considère les moyennes des maxima de juillet. Certes, les maxima enregistrés le plus fréquemment sont compris entre 20° et 28°, mais certains jours de ce mois peuvent enregistrer des maxima moyens allant jusqu'à 44° (fig. 2). Ceci est sûrement dû à des poussées de chergui certes peu fréquentes, mais qui, ajoutées aux brouillards persistants en cette saison et à l'humidité atmosphérique élevée peuvent être difficilement supportables. Mais en moyenne, l'influence de l'Océan fait que les étés sont relativement frais notamment en raison de la température basse des eaux marines.

En hiver par contre, les conditions climatiques semblent plus favorables. Les maxima moyens les plus fréquents en janvier se maintiennent entre 16° et 22°, alors que les minima moyens du même mois varient entre 4° et 12°. Les hivers sont donc tièdes avec des moyennes annuelles de janvier

nord puisqu'elles ne dépassent pas 21°. En hiver, par contre, les températures s'élèvent sensiblement dépassant parfois celles des côtes nord et se situant autour de 16°. Il faut ajouter à ces avantages du site, l'intérêt des nombreux reboisements d'eucalyptus ainsi que la végétation de tamaris qui fixe les dunes littorales. Mais c'est surtout au climat qu'Agadir doit sa réputation.

comprises entre 8° et 12° pour les minima et autour de 20° pour les maxima, la moyenne générale étant de 14°. Ils sont aussi ensoleillés avec le maximum de jours d'insolation continue par mois (+ 13 jours pour décembre). Ce mois enregistre aussi moins de 3 jours de brouillards avec une durée moyenne de 2 heures par jour. Enfin, le nombre de jours de précipitations de 6 h. à 18 h., bien que plus élevé qu'en été, est le plus faible de la côte atlantique, puisqu'il dépasse à peine 4 jours par mois pour novembre et tombe à 3 jours pour janvier.

Comparée au reste du littoral atlantique, la côte d'Agadir est celle qui bénéficie certainement des meilleures conditions climatiques et hydrologiques. C'est en hiver avec un ciel clair, des vents faibles, des températures agréables, qu'Agadir réunit le maximum d'atouts. Mais au printemps et à l'automne, les conditions météorologiques ne sont pas très mauvaises. C'est la saison pluvieuse, mais le nombre de jours de pluie est très limité par rapport à celui du Nord. Quant à l'été, bien qu'étant désavantagé par un ciel couvert et quelques températures excessives, il est moins chaud qu'à Marrakech par exemple. Ceci va marquer la fréquentation saisonnière de cette station par rapport aux autres sites balnéaires. C'est ce «confort» climatique qui a fait penser au tourisme comme l'un des principaux secteurs à développer dans le cadre de la reconstruction de la ville.

B - Le Plan d'Aménagement de 1962 donne une priorité à l'activité touristique

1) - Avant le séisme, l'activité touristique était déjà présente

Vers 1930 après l'ouverture du Souss à la colonisation et la décision de créer une ville comme débouché de cette plaine, le tourisme était déjà programmé dans les plans. En effet, le plan de 1932 devait «réserver un rivage comme à Nice», et pour «créer une promenade des Anglais, ce plan interdisait toute construction au Sud du boulevard de la République» (PÉRÉ M., 1967).

Déjà à ce moment, le choix du tourisme imposait à la ville d'avant le séisme un aménagement qui réserve à ce secteur une partie de la future ville. L'essor fiévreux de la ville qui démarre en 1947 en fait un centre touristique avec des constructions hôtelières (200 chambres de catégories luxueuses et 60 chambres de catégories

moyennes), et des campagnes publicitaires qui présentaient Agadir comme «la Nice marocaine».

Mais l'activité touristique demeurait secondaire, vu sa position de contact sur une voie de passage obligatoire, la ville était avant tout un centre commercial. Grâce à son port à l'abri naturel, elle était aussi un exutoire et le point de ravitaillement de son arrière-pays. La pêche très développée en faisait le deuxième port après Safi. L'activité industrielle s'étendait à la transformation du poisson, à d'autres industries alimentaires et à la production du ciment. Elle faisait donc figure de capitale économique et administrative de sa région et l'activité touristique y occupait une place secondaire.

2) - Avec le Plan d'Aménagement de 1962, le tourisme devient une des activités principales

Du point de vue du contenu de la ville, le plan donne la priorité aux activités administratives, commerciales et touristiques. Quant à l'utilisation de l'espace, ce plan réserve tous les terrains qui bordent la baie et qui comprennent les zones de dunes du Sud et les terrains compris entre la route principale n°8 et la mer aux activités touristiques et balnéaires.

Pour réaliser cette planification, les urbanistes ont bénéficié des mesures qui ont été décidées dans le cadre de la reconstruction de la ville. L'intervention étatique par le biais du Haut Commissariat à la reconstruction d'Agadir va être décisive sur deux plans : l'expropriation et la redistribution des terrains d'une part et les moyens de financement, d'autre part.

C'est ainsi qu'une mesure radicale entraîna l'expropriation générale des terrains et leur redistribution dans le cadre du nouveau plan suivant une procédure qui a été exposée ailleurs (PÉRÉ M., 1967). Ceci a permis aux urbanistes de réserver tous les terrains situés dans la zone littorale aux constructions hôtelières et aux équipements touristiques.

L'impôt de «solidarité nationale» pour la reconstruction d'Agadir profita, entre autres au secteur touristique puisque le concours financier de l'Etat était prévu aussi bien pour les sinistrés qui reconstruisaient à Agadir que pour les constructeurs qui désiraient investir à Agadir. Ainsi, plusieurs promoteurs attirés par les atouts de la future station, les possibilités de terrains donnant sur la mer et les aides qui accompagnaient la reconstruction vont investir à Agadir.

Une autre mesure d'intervention qui profita au tourisme était l'obligation de construire dans des délais imposés : sinistrés ou constructeurs étrangers à la ville qui bénéficiaient de l'aide étatique devaient, en échange, commencer les travaux de construction dans un délai maximum au-delà duquel ils perdaient leurs droits sur le terrain. De ce fait, la spéculation foncière, qui a été relevée sur le littoral tunisien par exemple, fut pratiquement stoppée.

Plusieurs hôtels du Talborjt, l'hôtel Marhaba qui a été reconstruit sur son ancien emplacement, furent édifiés sur des biens sinistrés. Tous les autres hôtels, Club Méditerranée compris, ont été construits par des promoteurs non sinistrés mais après achat de titres sinistrés. C'est à partir de 1964 que le lotissement du secteur touristique est lancé, plusieurs chantiers démarrent dont le village du Club Méditerranée, et de nombreux projets sont déposés. En 1966, 28 % des constructions prévues dans ce secteur de la ville étaient réalisées (PÉRÉ M., 1967).

A partir du plan de 1965-1967, les encouragements que prévoit le code des investissements touristiques viennent s'ajouter aux aides prévues pour la reconstruction.

Tout ceci fait que la ville d'Agadir va attirer des promoteurs de la ville elle-même qui, jusque-là, investissaient dans d'autres secteurs, des investisseurs des autres villes notamment Casablanca et des sociétés marocaines, mixtes et étrangères.

3) - Presque la moitié des lits est contrôlée par le capital local

Les sociétés étrangères ou maroco-étrangères n'ont investi que dans les catégories de luxe «Marhaba» (Compagnie Paquet), «Oumnia» (Société maroco-française), «Europa Maroc» (Société maroco-allemande) et les villages de vacances : Club Méditerranée (groupement maroco-français). Les liens entre l'hôtellerie d'Agadir d'une part et les compagnies de transport et les agences de voyages d'autre part sont évidents. Mais ces capitaux internationaux ne contrôlent que 18,4 % des lits de la ville d'Agadir (tableau 31).

La majorité écrasante des lits, soit 81,6 %, est détenue par le capital national. Une part importante revient à des sociétés nationales : 32,7 % du total des lits. Ces sociétés sont de deux sortes : des sociétés à capitaux publics ou semi-publics comme la Royal Air Maroc (l'Atlas et le Taggadirt) et Maroc Tourist (le village des «Dunes d'or», et des sociétés aux capitaux privés originaires de Casablanca ou de Tanger. Ces sociétés marocaines s'alignent sur les types d'hébergement créés par les promoteurs étrangers puisque 67 % de lits qu'elles contrôlent sont constitués par des établissements luxueux et de grande taille.

Des promoteurs particuliers de la ville d'Agadir ont

financé 35,3 % du total des lits de la ville. Vers 1972 la majorité des lits détenus par les *gadiri* étaient sous forme d'hôtels de petite et moyenne taille et de catégories inférieures. On ne relevait que trois établissements de catégorie 3 étoiles et qui étaient financés par des capitaux locaux (PÉRÉ M., 1972). Or, actuellement, et d'après les renseignements recueillis auprès des professionnels du tourisme local, il semble que l'investisseur Soussi s'intéresse aussi aux catégories supérieures et aux établissements de grande taille. En effet, 67,7 % des lits financés par des promoteurs d'Agadir appartiennent aux catégories des 4 - 5 étoiles, soit 38,4 % du total des lits de cette catégorie. L'un des établissements ouverts en 1978 et qui offre 900 lits en catégorie 4 étoiles est dû à un particulier d'Agadir qui a aussi des intérêts dans l'hôtellerie et la restauration sur la côte atlantique Nord.

Le reste des lits a été financé pour 8,5 % par des sociétés d'Agadir : 3 établissements de catégorie moyenne et un «village», et pour 5,1 % par des particuliers marocains qui sont pour l'essentiel des industriels ou commerçants de Casablanca ou Tanger.

Ainsi, au total, 43,8 % des lits d'Agadir sont financés

par des capitaux locaux, ce qui oppose Agadir aussi bien à la côte Nord où l'essentiel de l'investissement est supporté par l'Etat qu'au Sud tunisien où semble-t-il les capitaux étrangers sont bien implantés. Ces capitaux locaux touchent toutes les catégories et toutes les tailles : 54,5 % de leurs lits sont en catégories supérieures, 19,1 % en catégories moyennes, 15,4 % en catégories inférieures et 11 % en villages de vacances. Ils prennent donc en charge une bonne partie des équipements suscités par le tourisme international. Cette tendance semble se continuer puisque une partie non négligeable des demandes de lots que reçoit la SONABA provient de Soussi émigrés à l'étranger (voir plus loin).

De ce fait, le tourisme d'Agadir donne des signes

d'entraînement, au niveau local, les capitaux *gadiri* ayant pris la relève de l'Etat, et le capital international n'ayant pas une grande importance. Il faut noter, néanmoins, que 37,8 % des lits sont financés par des capitaux qui viennent d'autres régions du Maroc avec une emprise nette de Casablanca.

Enfin, si l'Etat est absent comme constructeur à Agadir, l'effort qu'il a supporté, avec la double aide à la reconstruction et au secteur hôtelier, est considérable et se situe à l'échelle nationale par le biais de «l'impôt de solidarité».

Tous ces efforts trouvent un écho chez les promoteurs de vacances européens qui contribuent à lancer la station et à assurer sa réussite internationale.

	4-5 étoiles		3 étoiles		1-2 étoiles		V.V.T.		Total	
	nb	%	nb	%	nb	%	nb	%	nb	%
Sociétés étrangères et mixtes	934	18,0	-	-	-	-	500	31,6	1 534	18,4
Sociétés marocaines hors d'Agadir	1 830	35,4	-	-	-	-	900	47,4	2 730	32,7
Particuliers marocains hors d'Agadir	422	8,2	-	-	-	-	-	-	422	5,1
Sociétés marocaines d'Agadir	-	-	310	44,4	-	-	400	21,0	710	8,5
Particuliers d'Agadir	1 990	38,4	388	55,6	563	100	-	-	2 941	35,3
Total	5 176	100	698	100	563	100	1 900	100	8 337	100

Source: Enquête personnelle

Tableau 32 - Origine des investissements dans l'hôtellerie à Agadir (pourcentage en lits) - 1977 (20)

C - Une station qui répond aux motivations de la clientèle européenne et aux impératifs commerciaux des Tour Operators

La situation d'Agadir réunit plusieurs des pôles d'attraction qui suscitent un voyage à partir de l'Europe. Elle offre l'attrait principal qu'est la mer accompagnée d'un soleil qui dure presque toute l'année. Elle dispose de la «coquille hôtelière» en quantité et en qualité. Tous les hôtels de la catégorie 3 étoiles disposent d'une piscine. L'arrière-pays, lui, est riche en centres d'intérêts : le Haut Atlas d'Ida ou Tanane, les centres traditionnels de Taroudant, Tiznit et la proximité de Marrakech, les paysages de Tafraout et enfin le chapelet des oasis de la «route des Kasbah». Ces «potentialités» sont largement suffisantes pour attirer le

tourisme itinérant qui utilisera Agadir comme une ville-étape ou pour répondre à l'alibi culturel qui accompagne la vente d'un séjour balnéaire dans la ville. L'étalement saisonnier que propose la station répond aussi à l'étalement des vacances dans certains pays européens.

L'éloignement relatif de la ville par rapport aux foyers d'émission des touristes, au lieu d'être un handicap, va se révéler plutôt comme un atout. H.M. Enzensberger note que «les touristes continuent de tenir, avec l'obstination de l'impuissance, aux labels de l'aventure, de la

(20) Ne sont pas pris en compte dans ce tableau les hôtels d'Inezgane et les résidences touristiques

primitivité et des terres vierges. A la fois accessible et inaccessible, éloigné de la civilisation et confortable, voilà ce que doit être l'objectif» (ENZENSBERGER H.M., 1962). Ainsi, l'éloignement d'Agadir par rapport à l'Europe et au Maroc urbain, et sa situation aux confins du désert - contrairement à la côte méditerranéenne - vont la servir auprès d'une clientèle qui cherche de plus en plus les destinations éloignées. La généralisation des transports aériens de masse atténue le coût de ces longs déplacements. Cette généralisation explique aussi le poids des «tour operator».

L'attitude de ces derniers est désormais décisive pour la réussite ou l'échec de la station. Celle-ci doit répondre aux motivations de la clientèle citées plus haut, mais surtout aux impératifs commerciaux du «tour operator». La position de ce dernier vis-à-vis d'une région touristique peut changer. L'examen de cette attitude vis-à-vis des stations de la côte méditerranéenne et d'Agadir permet de souligner ce rôle.

Dans les premières années du tourisme balnéaire au Maroc, le Nord avec Tanger et la côte méditerranéenne représentait l'unique espace balnéaire aménagé pour le tourisme international de séjour, Agadir en étant encore à ses débuts. Il faut rappeler que l'enquête de 1972 révélait que 55 % des touristes ayant séjourné au Maroc avaient eu comme région de séjour le Nord contre 11 % pour Agadir (30 % des touristes ayant séjourné dans les hôtels pour le Nord contre 6,2 % pour Agadir et 90 % de ceux ayant séjourné dans les villages de vacances également dans le Nord). Les «tour operator» incluaient la côte de Tétouan à leurs programmes, déjà bien établis, du Sud de l'Espagne.

Mais très vite, on observe une évolution chez les «tour operator» qui s'intéressent de moins en moins au Nord au profit d'Agadir. Les programmes des agences internationales pour les saisons de 1977-1978 accordent la première place à Agadir avec 35 % des propositions de séjour, reléguant la côte méditerranéenne à la troisième place (20 % des propositions). La part des touristes envoyés par un «tour operator» ne dépasse pas en moyenne 50 % dans les stations de la côte méditerranéenne, sauf dans les établissements gérés directement par les organismes étrangers. Dans les complexes à gestion marocaine : Maroc Tourist, S.A.T., le relais est déjà pris par la clientèle marocaine à hauts revenus. A Agadir, la part envoyée par les agences internationales dépasse 80 %, et ce, aussi bien dans les établissements à gestion étrangère que dans ceux gérés par des nationaux.

Les agences internationales invoquent l'insuffisance de l'animation, l'absence d'arrière-pays et l'aspect saisonnier pour expliquer leur désaffection pour la côte Nord et leur préférence pour Agadir. Tout en étant valables, ces raisons ne sont pas suffisantes pour

expliquer la modification géographique intervenue dans la commercialisation du «produit» Maroc.

D'autres raisons décisives sont à avancer. Comme il a été souligné plus haut, le succès d'une région dépend en grande partie des motivations créées par les agences et par les modes du moment. La vente des sites touristiques doit obéir aux mêmes lois que celles qui régissent la commercialisation des autres produits de consommation, et le lancement régulier sur le marché de produits nouveaux est nécessaire. La consommation du produit méditerranéen atteint sans doute le seuil de lassitude. Les «tour operator» lancent périodiquement d'autres produits et d'autres modèles comme les destinations lointaines en Afrique Noire, Asie et Océanie, qui tout en étant toujours axées sur la mer et le soleil, ajoutent la recherche d'un certain exotisme basé sur l'éloignement ainsi que sur des espaces encore vierges. L'étalement des vacances dans les pays européens pousse ces agences à réclamer un produit «hiver» pour assurer une activité commerciale soutenue toute l'année. Pour le Maroc, c'est l'ère d'Agadir.

Par ailleurs, les «tour operator» semblent pratiquer aussi une spécialisation des sites. En terre maghrébine, la Tunisie est vouée au tourisme balnéaire et les agences ne réclament que ce produit, alors que le Maroc est surtout programmé pour des circuits qui tout de même sont combinés à des séjours balnéaires. Mais pour qu'une région, dans ce pays qui est destiné au tourisme itinérant, remporte la faveur des «tour operator» et obtienne le statut de région de séjour balnéaire, elle doit disposer de conditions optimales qui se trouvent réunies à Agadir et non sur la côte méditerranéenne.

Enfin, une station qui reste ouverte pendant toute l'année présente d'énormes avantages commerciaux pour l'agence. C'est ainsi qu'à Agadir, les «tour operator» scandinaves, pouvant assurer un remplissage toute l'année, bénéficient d'importantes réductions sur les prix pratiqués par les hôteliers, ce qui n'est pas le cas pour la côte méditerranéenne qui fonctionne 4 mois sur 12. Le volume des touristes envoyés grâce à ce tourisme des quatre saisons d'Agadir permet en outre des bénéfices plus intéressants et des économies sur les frais de transport aérien qui se fait par des Jumbo Jets du fait de l'éloignement.

On peut donc conclure que les agences de voyages internationales portent de moins en moins d'attention à la côte méditerranéenne, se contentant de remplir en été les établissements dont elles assurent la gestion, fournissant peu d'effort pour y étaler la saison et s'adressent de plus en plus à Agadir où des attraits multiples et surtout la pratique des quatre saisons permettent de jouer sur les prix de location des lits et, partant, d'augmenter les bénéfices.

CONCLUSION

L'étude des conditions de naissance d'une station touristique, qui découle avant tout d'une décision

volontaire, montre que différents facteurs entrent en jeu pour contribuer à cette naissance.

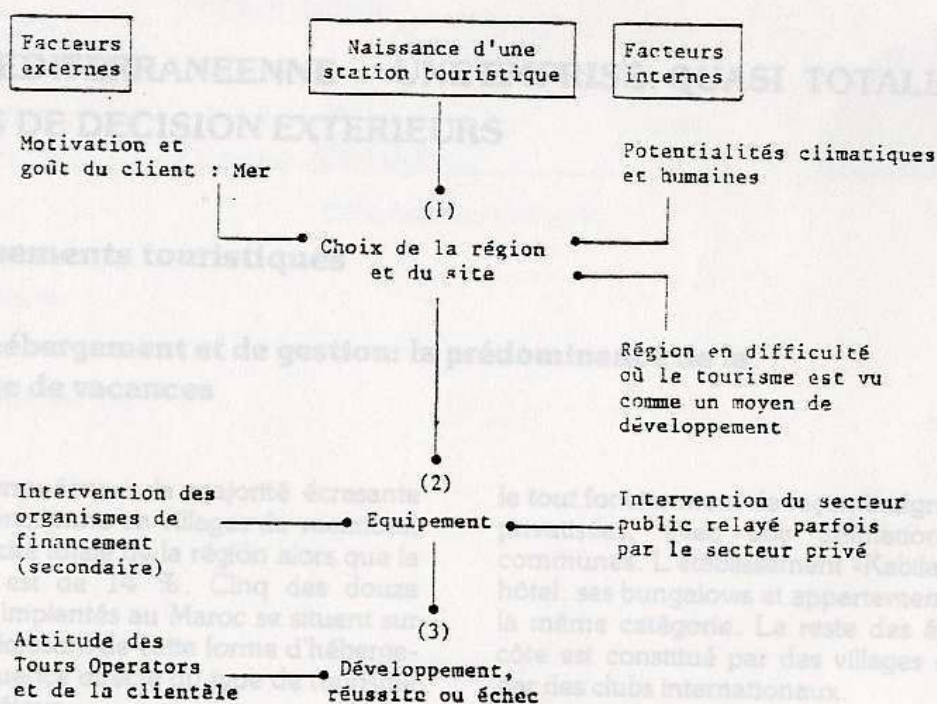
Les potentialités touristiques naturelles et humaines ou «vocation touristique» de la région ne sont pas toujours décisives. C'est la forte demande des «tour operator» en espaces balnéaires et les exemples de «réussite» des multiples stations méditerranéennes, telle la Costa del Sol voisine, plus que les attraits climatiques méditerranéens difficiles à vérifier, qui expliquent le choix de la côte de la Méditerranée occidentale. Par contre, le choix d'Agadir trouve son origine dans le confort climatique et la beauté du site de sa baie.

La concrétisation de ce choix dépend avant tout de l'intervention massive des pouvoirs publics. Sur la côte méditerranéenne, cette intervention est totale : acquisition des terrains (appartenant en totalité aux terres domaniales), investissements par le biais d'organismes publics et semi-publics, encouragements et facilités pour les investisseurs et même parfois gestion de quelques-uns des établissements de cette côte (Maroc-Tourist).

A Agadir, l'intervention de l'Etat s'est concrétisée au niveau de la reconstruction de la ville et des aides qui l'ont accompagnée ainsi qu'au niveau des autres encouragements prévus pour le secteur hôtelier. Contrairement à la côte méditerranéenne où l'Etat continue à être le principal promoteur, à Agadir, il a été relayé très vite par le secteur privé, étranger ou national, mais surtout local. Cette différence s'explique par la réussite d'Agadir et la stagnation de la côte méditerranéenne.

Le facteur le plus décisif qui explique cette réussite ou cette stagnation est l'**attitude des «tour operator» et l'afflux des touristes étrangers**. La politique de ces derniers peut hisser la région au rang d'une station internationale comme Agadir, ou la plonger dans l'oubli comme la côte nord.

Schéma analytique des facteurs agissant dans la naissance d'une station



Ainsi le sort d'une station, dont le lancement et l'équipement sont supportés en grande partie par l'intérieur pour répondre à une demande extérieure au pays, se

joue avant tout à l'étranger où se trouvent les centres de décision quant à la commercialisation des services et des distractions offertes.

CHAPITRE II

L'ORGANISATION DES ESPACES TOURISTIQUES: UN REVELATEUR DE L'INFLUENCE DU TOURISME INTERNATIONAL ET DE SES AGENTS: LES «TOUR OPERATOR»

Le pouvoir de décision des «tour operator», qui a été souligné comme un facteur pouvant garantir le succès de la station, va jouer un rôle encore plus net quant à l'organisation spatiale de cette station. En effet, si ces espaces touristiques ne sont pas tellement tributaires du capital international, comme ce fut le cas en Tunisie,

leur organisation va être étroitement dépendante du type de tourisme et de commercialisation pratiqués par ces agences, et de la gestion par ces dernières d'une partie de leur capacité d'hébergement, qui peut dépasser 60 % du total sur la côte méditerranéenne du Maroc.

I - LA CÔTE MEDITERRANEENNE : UNE EMPRISE QUASI TOTALE DES CENTRES DE DECISION EXTERIEURS

A - Les établissements touristiques

1) - Les types d'hébergement et de gestion: la prédominance de la formule du village de vacances

Pour la côte méditerranéenne, la majorité écrasante des établissements fonctionne en villages de vacances, soit 64 % de la capacité totale de la région alors que la moyenne nationale est de 14 %. Cinq des douze villages de vacances implantés au Maroc se situent sur cette côte. Le poids écrasant de cette forme d'hébergement est une conséquence directe du type de tourisme pratiqué, à savoir le séjour.

Une autre forme d'hébergement qui est en rapport avec le séjour prédomine aussi : il s'agit des résidences secondaires. La S.A.T. en a proposé, pour la première fois au Maroc, à Cabo Negro.

Quant à l'hôtel classique en tant que bâtiment, il ne dispose que de 10 % de la totalité des lits. On en relève trois de catégories supérieures et moyennes à Al Hoceima, deux à Restinga et un petit (42 lits) à Cabo Negro. En fait, à part les établissements d'Al Hoceima et le petit hôtel de Cabo Negro, on ne relève pas d'hôtels au fonctionnement classique (fig. 46).

En effet, les quatre hôtels de Maroc-Tourist (le Karabo et le Boustane à Restinga, le Mohammed V et le Quemado à Al Hoceima) font partie de complexes composés d'appartements, de bungalows et de villas,

le tout fonctionnant de façon intégrée autour de plages privatisées, avec une animation et une gestion communes. L'établissement «Kabila» de Mdiq avec son hôtel, ses bungalows et appartements est à mettre dans la même catégorie. Le reste des établissements de la côte est constitué par des villages de vacances, gérés par des clubs internationaux.

Aussi faut-il plutôt distinguer entre villages de vacances gérés par des sociétés étrangères et complexes touristiques à gestion marocaine. Le complexe de la S.A.T. à Cabo Negro est à mettre à part car l'hôtel («le Petit Merou») est géré par une agence marocaine, la K.T.I., alors que la S.A.T. se réserve la gestion de ses appartements (tableau 33 et figure 48).

Plus de 60 % de la capacité en lits de la région sont donc gérés par des sociétés étrangères, soit françaises (les trois Clubs Méditerranée de Smir, Cabo Negro et Al Hoceima et le Village Vacances Tourisme de Mdiq) soit belges (le Holiday Club de Mdiq). Certains de ces établissements ont été financés par des capitaux marocains (deux établissements à Cabo Negro et deux à Restinga-Smir) et étaient destinés initialement à fonctionner sous forme d'hôtels classiques, mais furent

	V.V. à gestion étrangère	Complexe à gestion marocaine	Hôtels à gestion marocaine	Résidences touristi- ques S.A.T.	Total
Restinga	650	642	-	-	1 292
Mdiq	1 284	470	-	-	1 754
Cabo Negro	620	-	46	320	986
Al Hoceima	1 200	570	195	-	1 965
	3 754 62,6 %	1 682 28,0 %	241 4,0 %	320 5,4 %	5 997 100 %

Tableau 33 - Les différents types d'hébergement de la côte méditerranéenne (côte de Tetouan et Al Hoceima)
(en nombre de lits) - 1978

Source: Enquête personnelle

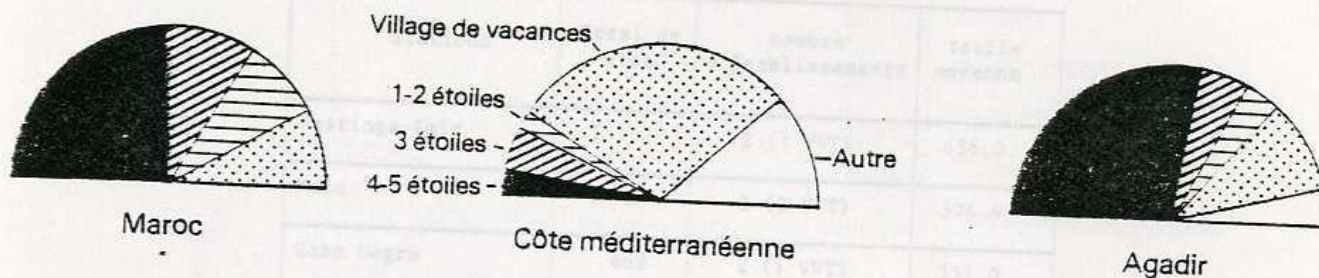
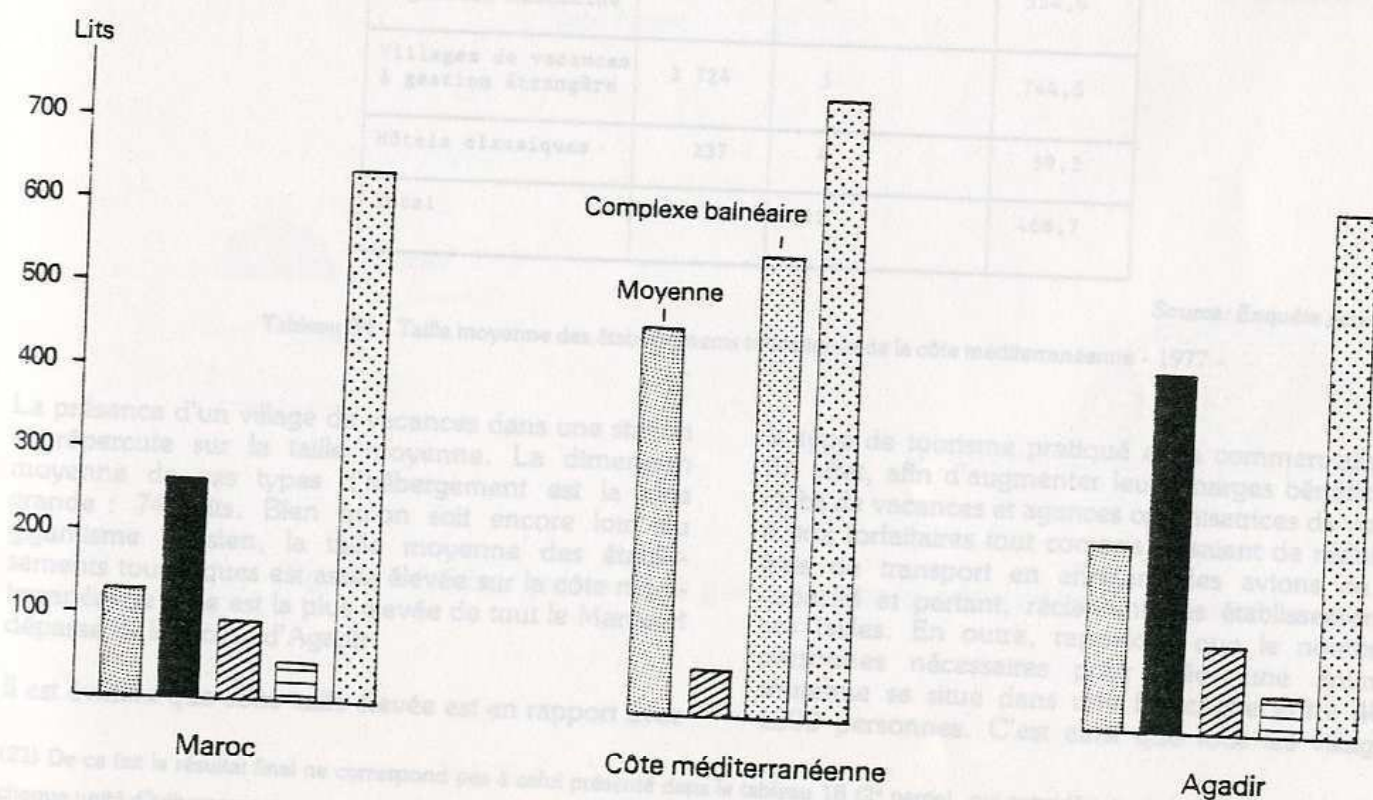


Fig. 46 - Structure

Fig. 47 - Taille moyenne



Enquête personnelle

confiés rapidement au Club Méditerranée pour assurer un taux d'occupation intéressant. Ce remplissage de plus de 60 % des lits de la région se fait donc directement par les sociétés gérantes qui ont leurs bureaux de vente en Europe. De ce fait, toute l'organisation de l'espace touristique de la région va répondre aux impératifs de ces clubs et agences de voyages internationaux.

L'une des conséquences de ce type de tourisme est la

2) - La taille moyenne des établissements: des unités de grande dimension

Une autre conséquence de ce remplissage par les «tour operator» est la taille assez grande des établissements. Alors que la taille moyenne nationale «toutes catégories» se situe autour de 131,9 lits, elle atteint dans notre région 468,7 lits (fig. 47). Quand on considère chaque catégorie à part, on se rend compte du poids des

quasi-absence des terrains de camping. A part le camping de Martil qui, vu la dégradation de ses équipements, n'est fréquenté que par quelques jeunes sur leur chemin de retour via Sebta, on ne relève que des terrains de camping sauvage. Cette forme d'hébergement n'avait pas sa place dans une région prévue pour un tourisme de haut standing et pour le monopole des villages de vacances.

villages de vacances sur cette taille moyenne. Dans le tableau qui suit, on a considéré comme un établissement unique des complexes balnéaires de type Maroc-Tourist qui peuvent se composer de plusieurs unités, de même qu'on n'a retenu que les stations de la côte méditerranéenne occidentale et d'Al Hoceima (21).

Stations	Total de lits	nombre d'établissements	taille moyenne
Restinga-Smir	1 312	2 (1 VVT)	656,0
Mdia	1 724	3 (2 VVT)	574,6
Cabo Negro	662	2 (1 VVT)	331,0
Al Hoceima	1 927	5 (1 VVT)	385,4
Types de gestion			
Complexes balnéaires à gestion marocaine	1 664	3	554,6
Villages de vacances à gestion étrangère	3 724	5	744,8
Hôtels classiques	237	4	59,2
Total	5 625	12	468,7

Source: Enquête personnelle

Tableau 34 - Taille moyenne des établissements touristiques de la côte méditerranéenne - 1977 -

La présence d'un village de vacances dans une station se répercute sur la taille moyenne. La dimension moyenne de ces types d'hébergement est la plus grande : 745 lits. Bien qu'on soit encore loin du gigantisme tunisien, la taille moyenne des établissements touristiques est assez élevée sur la côte méditerranéenne. Elle est la plus élevée de tout le Maroc et dépasse de loin celle d'Agadir.

Il est évident que cette taille élevée est en rapport avec

le type de tourisme pratiqué et sa commercialisation. En effet, afin d'augmenter leurs marges bénéficiaires, clubs de vacances et agences organisatrices de voyages à prix forfaitaires tout compris, essaient de réduire les frais de transport en affrétant des avions de forte capacité et partant, réclament des établissements de ces tailles. En outre, rappelons que le nombre de personnes nécessaires pour créer une animation soutenue se situe dans une fourchette entre 400 et 1200 personnes. C'est ainsi que tous les villages et

(21) De ce fait le résultat final ne correspond pas à celui présenté dans le tableau 18 (2^e partie), qui considère toute la côte méditerranéenne et chaque unité d'hébergement.

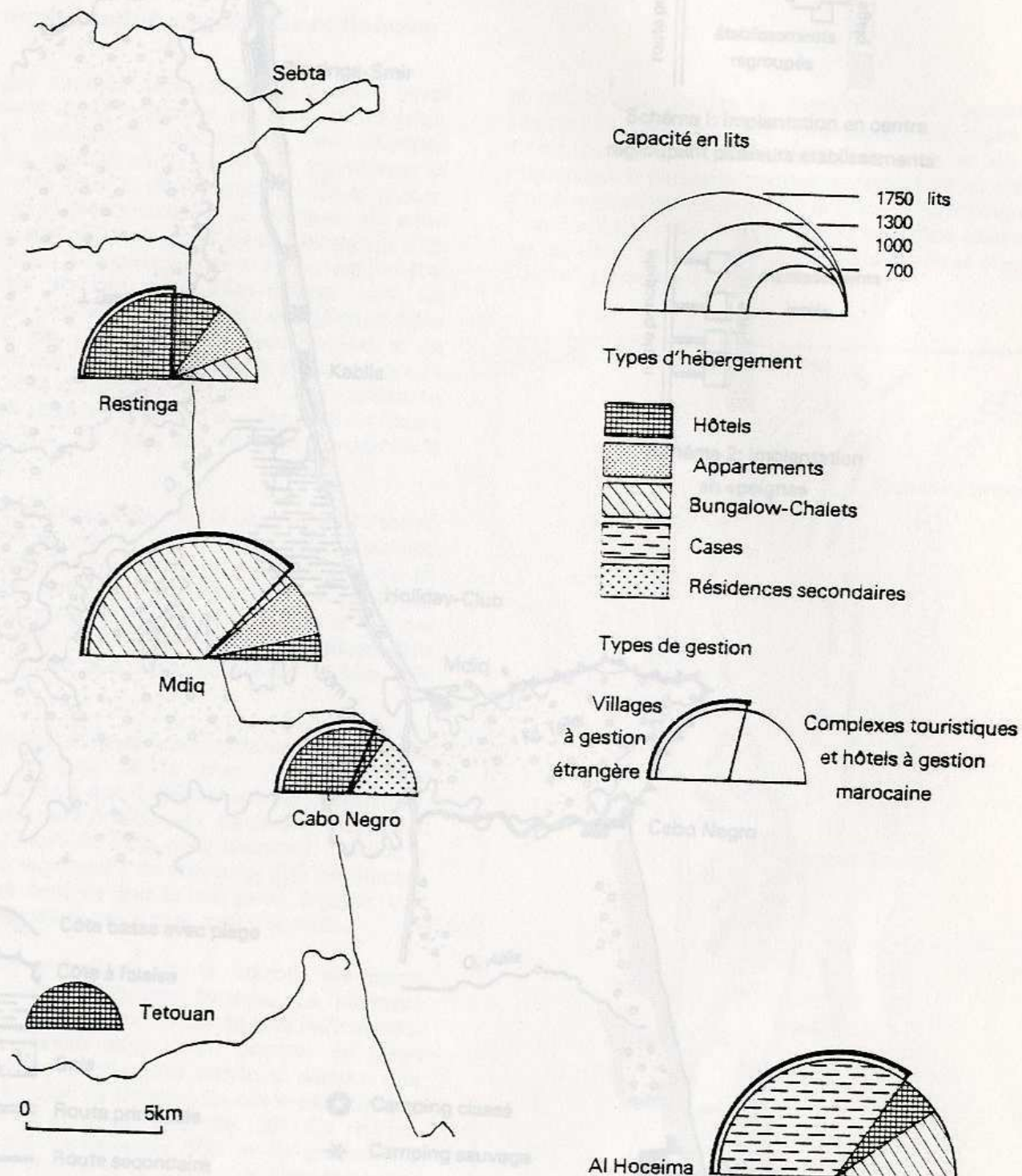


Fig. 48 - Hébergement et gestion sur la côte méditerranéenne

Fig. 49 - Les implantations touristiques sur la côte est de la péninsule ibérique

complexes touristiques ont au minimum 500 lits, le maximum étant atteint à la Méditerranée d'Al Hocesma qui offre 1200 lits.

B - L'organisation spatiale

1) - Une implantation spatiale et linéaire

Les voyages de tourisme sont essentiellement effectués en voiture et du soleil toutes les stations se trouvent à moins de 20 km de la mer, avec toujours une station à moins de 10 km entre elles. La présence d'un radar météo à Kabila et de la station de J. Zemzem à Smir. La station de Kabila est à 10 km de la station de Smir. La station de Smir est à 10 km de la station de Kabila.

Quant à l'organisation spatiale, elle est équilibrée. La station de Kabila est à 10 km de la station de Smir. La station de Smir est à 10 km de la station de Kabila.

Ceci entraîne donc de grands frais pour déplacer les touristes. Ceci suppose donc de grands frais pour déplacer les touristes.

L'organisation spatiale dépend de tous les établissements d'habitat ainsi qu'un réseau de plage entraîne cette station et partant une forte concentration de touristes. Ceci suppose donc de grands frais pour déplacer les touristes.

des 54 bungalows et chalets est toujours parallèle au rivage. Parfois le bâtiment prend une forme semi-circulaire pour ménager cette vue sur la mer. Pour le même raison, la deuxième rangée de ces bâtiments se situe à 50 m de la mer. La disposition des bâtiments est toujours parallèle au rivage. Parfois le bâtiment prend une forme semi-circulaire pour ménager cette vue sur la mer. Pour le même raison, la deuxième rangée de ces bâtiments se situe à 50 m de la mer.

influence du type de tourisme et de commercialisation sur l'organisation de l'espace.

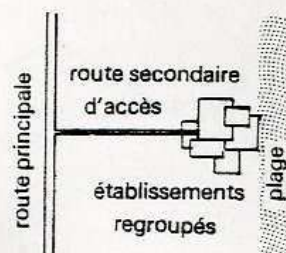


Schéma 1: Implantation en centre regroupant plusieurs établissements

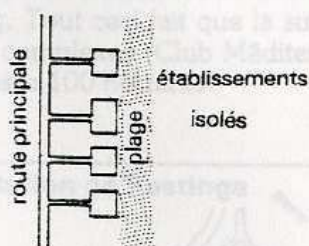


Schéma 2: Implantation en «peigne»

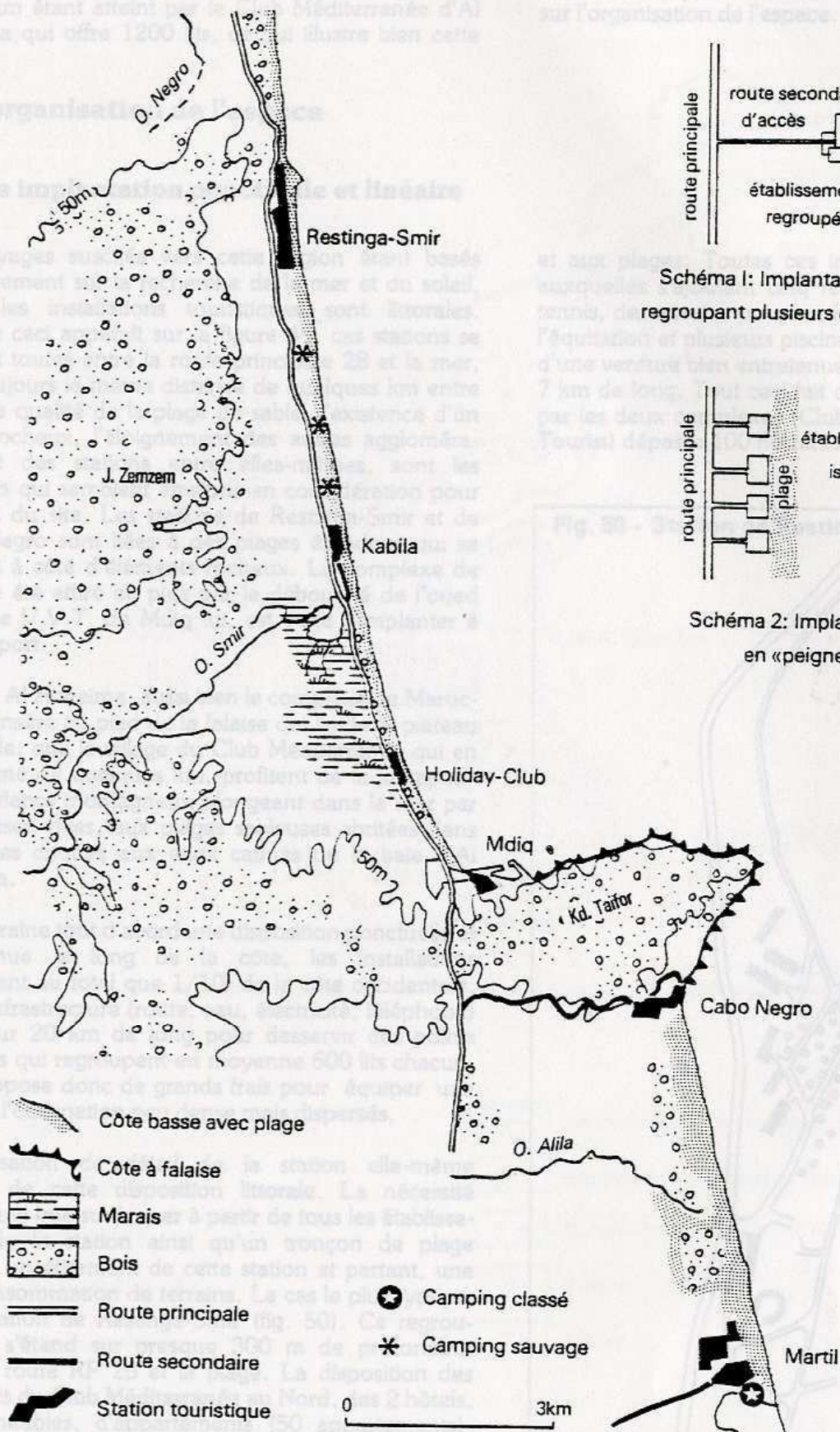


Fig. 49 - Les implantations touristiques sur la côte est de la péninsule tingitane

complexes touristiques ont au minimum 500 lits, le maximum étant atteint par le Club Méditerranée d'Al Hoceima qui offre 1200 lits, ce qui illustre bien cette

influence du type de tourisme et de commercialisation sur l'organisation de l'espace.

B - L'organisation de l'espace

1)- Une implantation ponctuelle et linéaire

Les voyages suscités vers cette région étant basés exclusivement sur la recherche de la mer et du soleil, toutes les installations touristiques sont littorales. Comme ceci apparaît sur la figure 49, ces stations se tiennent toutes entre la route principale 28 et la mer, avec toujours la même distance de quelques km entre elles. La qualité de la plage de sable, l'existence d'un redan rocheux, l'éloignement des autres agglomérations et des stations entre elles-mêmes, sont les éléments qui semblent être pris en considération pour le choix du site. Les stations de Restinga-Smir et de Cabo Negro sont liées à des plages étendues qui se tiennent à côté d'éléments rocheux. Le complexe de Kabila a été attiré en plus par le débouché de l'oued Smir. Le V.V.T. de Mdiq lui, est venu s'implanter à côté du port.

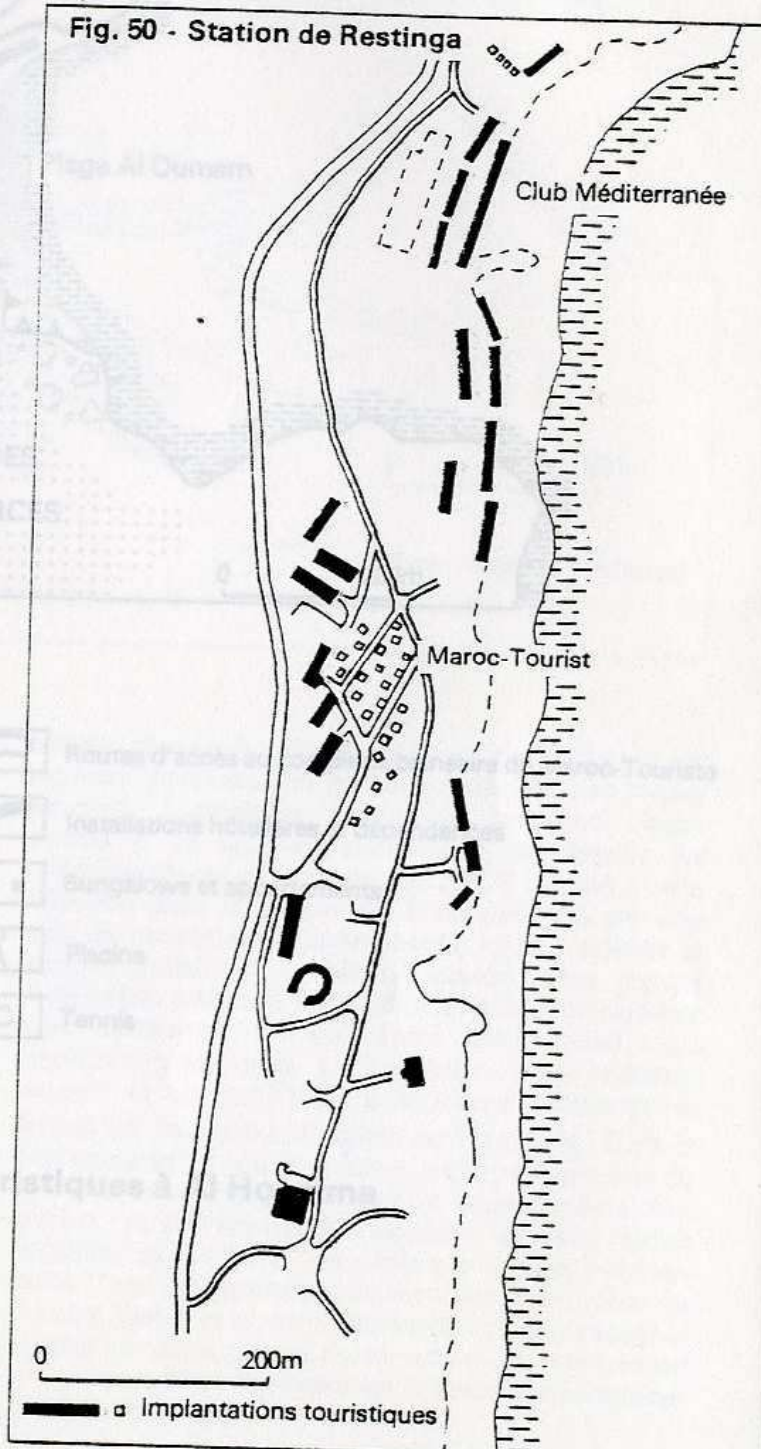
Quant à Al Hoceima, aussi bien le complexe de Maroc-Tourist inséré au pied de la falaise qui limite le plateau de la ville, que le village du Club Méditerranée qui en est éloigné de quelques km, profitent de la juxtaposition de flancs montagneux plongeant dans la mer par des falaises vives, aux plages sableuses abritées dans les petites criques aux eaux calmes de la baie d'Al Hoceima.

Ceci entraîne tout d'abord une disposition ponctuelle et discontinue le long de la côte, les installations n'occupant au total que 1/10^e de la côte occidentale, et une infrastructure (route, eau, électricité, téléphone) étalée sur 20 km de long pour desservir des points dispersés qui regroupent en moyenne 600 lits chacun. Ceci suppose donc de grands frais pour équiper une région à l'occupation peu dense mais dispersés.

L'organisation de détail de la station elle-même dépend de cette disposition littorale. La nécessité d'avoir une vue sur la mer à partir de tous les établissements de la station ainsi qu'un tronçon de plage entraîne un étirement de cette station et partant, une forte consommation de terrains. Le cas le plus typique est la station de Restinga-Smir (fig. 50). Ce regroupement s'étend sur presque 300 m de profondeur entre la route RP 28 et la plage. La disposition des bâtiments du Club Méditerranée au Nord, des 2 hôtels, des immeubles, d'appartements (50 appartements), des 54 bungalows et chalets est toujours parallèle au rivage. Parfois le bâtiment prend une forme semi-circulaire pour ménager cette vue sur la mer. Pour la même raison, la deuxième rangée de ces bâtiments se tient sur des hauteurs topographiques. Le réseau de routes et de chemins est constitué d'une artère principale, doublant la RP 28 et permettant de joindre les deux bouts de la station, sur laquelle viennent se brancher des petits chemins perpendiculaires qui donnent accès aux logements, aux lieux de distraction

et aux plages. Toutes ces installations de logement, auxquelles s'ajoutent cinq restaurants, huit courts de tennis, des terrains pour les différents sports de balle et l'équitation et plusieurs piscines se dispersent au milieu d'une verdure bien entretenue et le long d'une plage de 7 km de long. Tout ceci fait que la superficie couverte par les deux complexes (Club Méditerranée et Maroc-Tourist) dépasse 100 hectares.

Fig. 50 - Station de Restinga



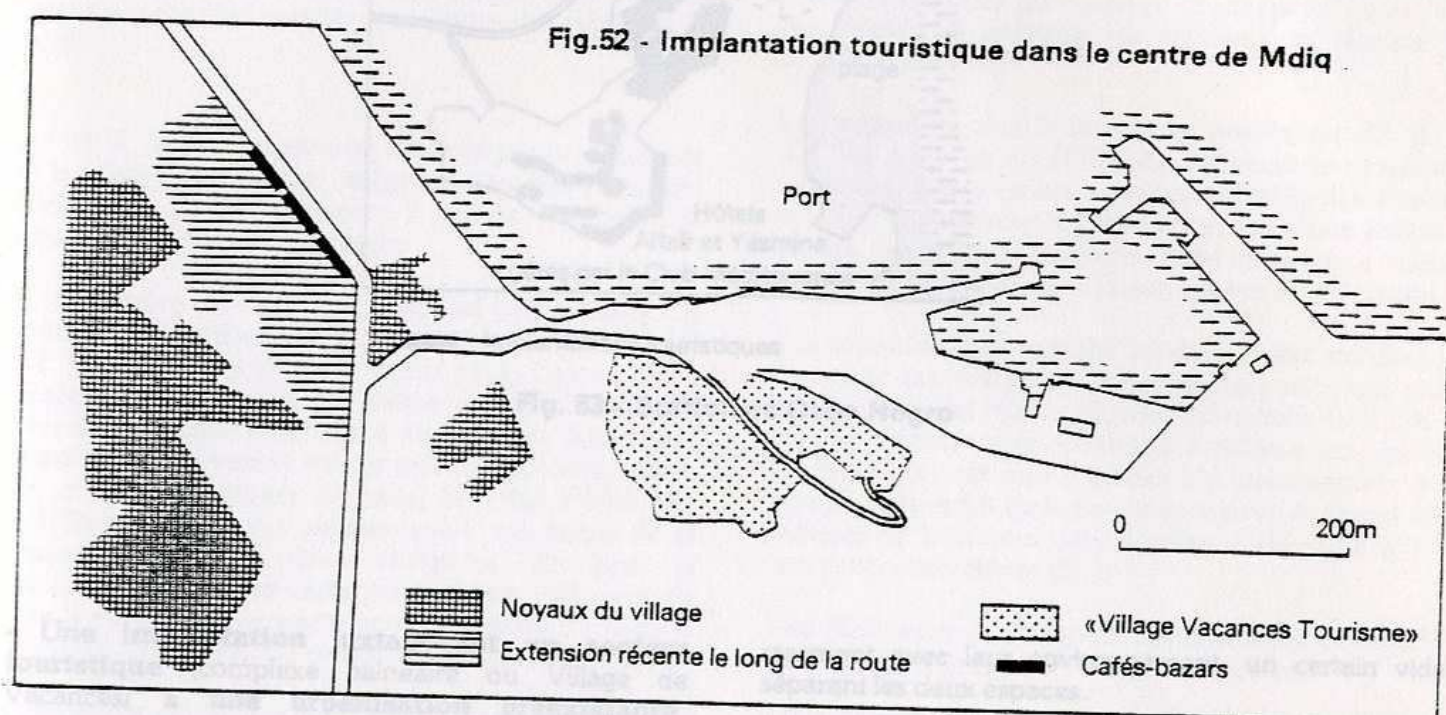
L'autre aspect de ces implantations est leur éloignement de tout rassemblement rural ou urbain préexistant. Stations et établissements isolés se tiennent en effet souvent à l'écart des agglomérations ou centres où se regroupe la population locale. Si l'éloignement du Club Méditerranée d'Al Hoceima peut s'expliquer aisément par l'exiguïté des criques à proximité de la ville face aux énormes besoins en espaces de ce genre d'établissements, le cas de Tetouan traduit cette volonté de ne s'installer qu'en fonction de la mer. En effet, alors que promoteurs, gestionnaires et «tour operator» se plaignent du manque d'animation et de l'isolement de ces stations de tout centre urbain, Tetouan bien que réunissant certaines conditions de cette animation (ambiance méditerranéenne et héritage arabo-espagnol entre autres) a été complètement ignorée des promoteurs car ayant la malchance

d'être située à quelques kilomètres de la mer.

Les installations de Maroc-Tourist, implantées dans la ville d'Al Hoceima se sont réservées l'unique plage de la crique, de même que toute la falaise qui a reçu les installations pavillonnaires (fig. 51). La ville d'Al Hoceima se trouve ainsi coupée du front de mer, la plage étant privatisée et un droit d'accès à la plage est perçu. La figure montre aussi que les seuls espaces verts de la ville sont limités à ce secteur balnéaire.

Quant au Village Vacances Tourisme, bien qu'ayant élu domicile au centre de Mdiq, il a pris soin de bien se tenir à l'écart du petit village de pêcheurs. Une route d'accès qui se termine en cul-de-sac devant les grilles du village le joint à la route principale (fig. 52).

Fig.52 - Implantation touristique dans le centre de Mdiq



Ces implantations sont de deux sortes ; soit des établissements isolés comme le Kabila, le Holiday Club, ou le village du Club Méditerranée près d'Al Hoceima, soit un groupe d'établissements formant une station comme à Restinga-Smir ou à Cabo Negro. On peut y distinguer trois types d'implantations :

- **Une implantation en «peigne»** comme c'est le cas pour le Kabila, le Holiday Club, Maroc Tourist et le Club Méditerranée de Smir (schémas de la figure 49). Ces installations très éloignées sont situées entre la route et le littoral, chaque établissement étant desservi par une petite voie d'accès. Ceci rappelle l'organisation de l'espace touristique tunisien dans la région de Nabeul-Hammamet (MIOSSEC J.M., 1973). Les installations de ce type souffrent de leur isolement et éloignent les unes des autres. En outre, chaque implantation doit prévoir tous ses équipements et distractions qui, dans le cas d'un regroupement, auraient pu être communs. C'est le cas du deuxième type d'implantation.

- **Une implantation sous la forme d'un petit**

centre ramassé, elle aussi isolée mais regroupant plusieurs établissements et très éloignée de l'axe routier principal. L'ensemble résidentiel de Cabo Negro répond à ce type d'implantation, et rappelle les «urbanizaciones» espagnoles (fig. 53). Il répond à cette définition dans la mesure où il est constitué par une série de réalisations (appartements, villas à acheter et terrains viabilisés à bâtir), autour d'un centre d'animation commun (un petit hôtel doté d'un café-bar avec restaurant et un centre commercial), qui respectent une unité architecturale (style méditerranéen) et qui sont dues à la même entreprise de promotion (la société Africaine de Tourisme). Celle-ci s'est occupée de la construction, de la promotion et de la vente de ses appartements et assure même leur gestion. A cet ensemble s'ajoutent les deux hôtels construits par la S.A.T. et gérés par le Club Méditerranée. Tout cet ensemble s'insère entre la retombée de Koudiat Taifor et la mer. Néanmoins, il faut souligner l'aspect modeste de ces constructions qui contrastent avec le grandiose des buildings et tours des «urbanizaciones» espagnoles.

II - AGADIR : UNE VILLE SCINDÉE EN DEUX

A - Les établissements touristiques

1) - La structure de l'hébergement: une originalité de disparaître (Fig. 48)

Contrairement à la côte méditerranéenne où l'hébergement est très limité, Agadir comprend presque tous les types d'hébergement présents dans le reste du Maroc. Pour analyser cette structure, nous partirons de la situation de 1972, décrite comme suit par M. PÉREZ (PÉREZ M., 1972) : « Cette année et empruntée à la situation de 1972, résumées dans les premières pages de ce livre ».

En 1972, la part importante de l'hébergement est la faible présence des catégories 3 et 4 étoiles. L'originalité de l'hébergement à Agadir est la situation se présente autrement.

Il y a encore six ans, les hôtels 3 étoiles représentaient 43 % du total des lits dans tout le pays. En 1971 elle dépassait la moyenne nationale. Cette dernière est passée de 43 % à 51 %. Si la part des 5 étoiles n'a pratiquement pas bougé, celle des 4 étoiles a presque doublé. Quant aux Villages de Vacances, leur nombre a été porté à 3 et leur proportion était 22 %.

- **Une implantation juxtaposant un secteur touristique** (complexe balnéaire ou Village de Vacances) **à une urbanisation préexistante**, comme à Mdiq et Al Hoceima (fig. 51-52). Dans les deux cas, les secteurs touristiques sont éloignés des agglomérations, et fonctionnent comme de véritables « enclaves territoriales » qui ne communiquent que

2) - Une certaine réussite architecturale

Bien que conçues à partir de l'exemple espagnol, les installations touristiques de la côte méditerranéenne marocaine ont su éviter les erreurs commises sur la rive nord, en n'entraînant pas un « affront de mer » (GROUPE HUIT, 1975). Les tours de béton sont inexistantes, alors que les bâtiments en hauteur de 4 étages au maximum, comme c'est le cas à Restinga-Smir, sont rares ou dissimulés dans la verdure comme les hôtels de Maroc Tourist ou les bâtiments occupés par le Club Méditerranée de Smir. Partout ailleurs, une

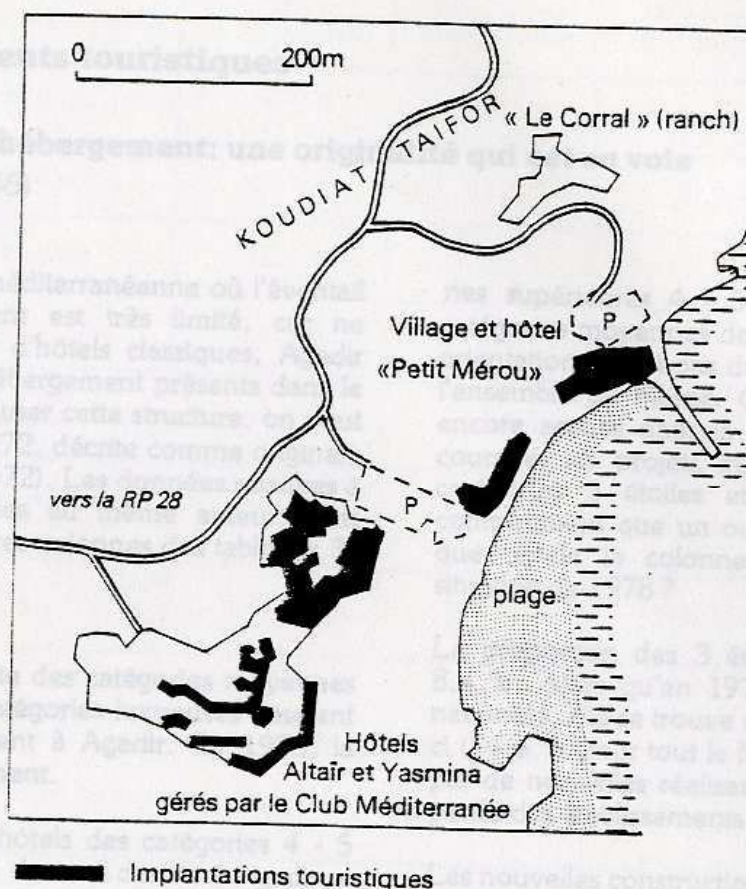


Fig. 53 - Station de Cabo Negro

rarement avec leur environnement, un certain vide séparant les deux espaces.

Les trois cas d'implantation s'accompagnent d'une privatisation du littoral avec ses plages et d'un fonctionnement en vase-clos.

architecture inspirée du style méditerranéen donne une grande place aux constructions basses et blanches (bungalows, chalets ou hôtels en longueur), blotties au pied des falaises ou des dunes ou éparpillées au milieu des espaces verts. Certaines réalisations, comme le village de la S.A.T. à Cabo Negro ou les bungalows incrustés dans la falaise d'Al Hoceima avec un grand effort d'adaptation au site sont de véritables réussites dans ce domaine.

II - AGADIR : UNE VILLE SCINDÉE EN DEUX

A - Les établissements touristiques

1) - La structure de l'hébergement: une originalité qui est en voie de disparaître (Fig. 46)

Contrairement à la côte méditerranéenne où l'éventail des modes d'hébergement est très limité, car ne comprenant presque pas d'hôtels classiques, Agadir offre tous les moyens d'hébergement présents dans le reste du Maroc. Pour analyser cette structure, on peut partir de la situation de 1972, décrite comme originale par M. Péré (PÉRÉ M., 1972). Les données relatives à cette année et empruntées au même auteur, sont résumées dans les premières colonnes des tableaux 35 et 36

En 1972, la part importante des catégories moyennes et la faible présence des catégories luxueuses faisaient l'originalité de l'hébergement à Agadir. En 1978, la situation se présente autrement.

Il y a encore six ans, les hôtels des catégories 4 - 5 étoiles représentaient 43 % du total des lits à Agadir et 42 % du total des lits dans tout le pays. La part des 5 étoiles était sensiblement la même que dans le reste du Maroc, alors que celle des 4 étoiles était légèrement supérieure. Se basant sur les travaux de construction en cours et les projets déposés, M. Péré (PÉRÉ M., 1972) prévoyait une augmentation très faible de la proportion de ces deux catégories. En face, la proportion de lits de catégorie 3 étoiles dépassait de loin la moyenne marocaine en représentant 32 % de la capacité totale. Etant la catégorie la mieux représentée, elle devait le rester puisque les prévisions lui réservaient 50 % des lits d'Agadir. Agadir était aussi l'unique ville à disposer de petits hôtels de 1 - 2 étoiles soignés et représentant une part non négligeable : 10 %.

Un seul village de vacances (le Club Méditerranée) offrait 15 % de la capacité de la ville. De ce fait, Agadir se différenciait beaucoup de la côte méditerranéenne, dont l'hébergement est monopolisé par cette dernière formule. Elle se différenciait aussi par la faiblesse des autres modes d'hébergement comme les appartements ou studios dont le nombre était très limité.

Enfin, un terrain de camping de catégorie supérieure complétait cet équipement assez diversifié.

Ainsi l'originalité d'Agadir résidait dans le fait qu'elle répondait aux orientations des différents plans, en particulier le plan quinquennal de 1968-1972, qui insistait sur la nécessité de réduire la part des catégo-

ries supérieures 4 - 5 étoiles et de développer les catégories moyennes des 3 étoiles. Rappelons que ces orientations n'ont pas du tout été suivies à l'échelle de l'ensemble du Maroc. Cet aspect original devait être encore accusé dans la mesure où les réalisations en cours et les projets inscrits intéressaient surtout les catégories 3 étoiles et que les 4 - 5 étoiles ne comportaient que un ou deux chantiers en cours. Or que révèle la colonne du tableau qui résume la situation de 1978 ?

La proportion des 3 étoiles est passée de 32 % à 8,4 %. Alors qu'en 1971 elle dépassait la moyenne nationale, elle se trouve actuellement inférieure à celle-ci (14,6 % pour tout le Maroc). Au lieu d'être enrichie par de nouvelles réalisations, cette catégorie a même perdu des établissements (deux) qui ont été déclassés.

Les nouvelles constructions ont été classées soit dans la catégorie des villages de vacances (un) soit dans celle des 4 - 5 étoiles. Cette dernière est passée de 43 % à 62 %, dépassant la moyenne nationale qui est de 51 %. Si la part des 5 étoiles n'a pratiquement pas bougé, celle des 4 étoiles a presque doublé. Quant aux Villages de Vacances, leur nombre a été porté à 3 et leur proportion atteint 22 %.

Les résidences touristiques, appartements et studios, bien qu'ayant progressé, restent minoritaires.

Désormais, la structure d'hébergement d'Agadir reflète fidèlement les tendances déjà soulignées pour le Maroc. Contrairement aux prévisions et aux orientations, les catégories de luxe s'imposent aux dépens des catégories moyennes. Les catégories inférieures restent stationnaires avec même une baisse sensible. Avec l'augmentation des lits en villages de vacances (22 %), Agadir dépasse la moyenne marocaine (16,6 %).

Ainsi par la structure de son hébergement, Agadir s'aligne sur le reste du Maroc et sort de son originalité. Bien plus, Agadir rejoint la côte méditerranéenne, en répondant aux exigences des voyages «tout compris» par une majorité de lits en catégories de luxe et en villages-clubs. Même s'il est moins évident que le cas méditerranéen, l'exemple d'Agadir illustre bien, encore une fois, cette influence du style de tourisme sur le type d'hébergement. Cette influence est encore plus nette quand on considère la taille des établissements hôteliers.

Catégorie	1972 (22)	1978 (23)	
		sans les résidences touristiques	avec les résidences touristiques
5 étoiles	19,2 %	20,5 %	19,3 %
4 étoiles	23,5 %	41,5 %	39,0 %
3 étoiles	31,7 %	8,4 %	7,8 %
2-1 étoiles	10,5 %	6,8 %	6,3 %
Villages Vacances	15,1 %	22,8 %	21,4 %
Résidences touristiques	-	-	6,2 %
Total	100,0 %	100,0 %	100,0 %

B - L'organisation spatiale

Tableau 35 - Structure hôtelière à Agadir

Catégorie	1972 (22)			1978 (23)		
	nombre d'hôtels	lits	taille	nombre d'hôtels	lits	taille
5 étoiles	2	764	382	4	1 716	429,0
4 étoiles	4	938	234	8	3 460	432,5
3 étoiles	8	1 264	158	5	698	139,6
1-2 étoiles	12	420	35	13	563	43,3
Villages Vacances	1	600	600	3	1 900	633,0
Résidences touristiques	-	-	-	8	546	68,2
Total	27	3 986	147,6	41	8 883	216,6
Total sans résidence	27	3 986	147,6	33	8 337	252,6

Tableau 36 - Taille moyenne des établissements touristiques d'Agadir (sans Inezgane)

(22) D'après PÉRÉ M., 1972. (23) Enquête personnelle.

Les chiffres ne concernent que les établissements d'Agadir et excluent ceux d'Inezgane et les petits centres voisins.

2) - La taille moyenne des établissements (Fig. 47 - Tableau 36)

Bien que la taille moyenne des établissements d'Agadir (252 lits) demeure faible quand on la compare à celle de la côte méditerranéenne (468 lits), elle a connu un accroissement important puisqu'en 1972 elle n'était que de 147 lits. Cette augmentation de la dimension des hôtels et des clubs est à mettre en rapport avec le type de tourisme déjà souligné.

L'hôtellerie de luxe 4 - 5 étoiles a connu l'accroissement en taille le plus élevé. Elle est suivie par les villages de vacances. Par contre, la taille des 3 étoiles a diminué. Contrairement aux prévisions déjà citées qui lui donnaient 288 lits, la taille moyenne de cette catégorie est passée de 158 lits à 140 lits. Les hôtels de cette catégorie répondent donc de moins en moins aux normes du tourisme de groupe.

Dans les hautes catégories et les villages de vacances, Agadir enregistre les réalisations les plus grandioses du

Maroc avec les deux établissements qui ont ouvert leurs portes en 1978 : Al Moggar et Les Dunes d'Or qui offrent chacun 900 lits. On s'achemine donc vers les fortes capacités d'accueil de la Tunisie, qui sont en liaison étroite avec les capacités en sièges des Jumbo Jet. Seule Al Hoceima avec les 1200 lits du Club Méditerranée dépasse encore Agadir, au niveau du Maroc.

Pour conclure, il faut insister sur le fait que les caractéristiques qui faisaient l'originalité de l'hébergement à Agadir sont en voie de disparaître, révélant ainsi l'emprise du type de tourisme de séjour pratiqué qui dépasse de loin le tourisme itinérant. Agadir s'aligne désormais sur les espaces touristiques banalisés du pourtour méditerranéen. Ceci apparaît encore plus à travers l'organisation globale et de détail de l'espace touristique *gadiri*.

B - L'organisation spatiale

1) - Les implantations touristiques sont concentrées dans le secteur Touristique et Balnéaire

a) Les implantations touristiques se répartissent en trois secteurs

La figure 54 donne la répartition spatiale des différentes implantations touristiques de la ville d'Agadir. On y relève trois groupements des établissements hôteliers :

- la zone touristique et balnéaire proprement dite
- le centre urbain
- le quartier du Nouveau Talborjt.

Cette répartition est très inégale. Le secteur balnéaire concentre 82,5 % des lits de la ville d'Agadir, le centre urbain a reçu 12,9 % de ces lits, alors que le Nouveau Talborjt regroupe les 4,6 % restants. Cet état de fait traduit les décisions du plan d'aménagement qui a réservé la zone côtière comprise entre le boulevard Mohammed V et la mer aux implantations touristiques.

• **Le secteur balnéaire** est ainsi un espace-type né de l'intervention du style de tourisme international déjà décrit. Les quelques caractéristiques de l'hébergement qui suivent le prouvent. Il concentre en effet la majorité des lits hôteliers de la ville dont 96 % du total des catégories 4-5 étoiles de toute la ville, et la totalité des villages de vacances. Les catégories de luxe (4-5 étoiles) y représentent 67,9 % des lits et les villages de vacances 28,6 %. Les catégories moyennes des 3 étoiles n'y occupent que 3,4 % des lits. Quant aux catégories inférieures elles sont pratiquement absentes. On est donc très loin de cet hébergement varié et à la prédominance des catégories moyennes. La taille moyenne des établissements hôteliers de ce quartier est de 442,5 lits contre 252 lits pour toute la ville. C'est là

qu'on rencontre les plus grands établissements (entre 600 et 900 lits) de la ville. Cet espace étant fréquenté - comme on le verra - essentiellement par le tourisme de groupe, ceci nous confirme encore une fois que ce type d'hébergement (catégories luxueuses et grandes dimensions des établissements) est intimement lié à ce style de tourisme. Enfin, l'activité touristique est presque exclusive dans cette partie de la ville puisque, à part le palais royal et le siège de la Comanav (Compagnie de Navigation), toutes les autres installations sont des établissements hôteliers.

• **Le centre urbain** regroupe 12,9 % de la capacité de la ville. Les établissements sont en majorité des résidences touristiques (42,2 % de la capacité du quartier) et des hôtels de catégories moyennes (27,7 %) et inférieure (15,8 %). L'hôtel Marhaba (5 étoiles) qui y est localisé est juste à la limite du secteur touristique. Ces établissements sont aussi de petites dimensions : la taille moyenne y est de 79,6 lits. A part deux ou trois établissements, la majorité de ces hôtels, s'ils sont fréquentés par des touristes étrangers individuels, sont peu touchés par le tourisme de groupe.

• **Le quartier du Nouveau Talborjt** offre les 4,6 % des lits restants. Ce sont essentiellement des hôtels de catégories inférieures dont la taille moyenne est de 37 lits, qui reçoivent avant tout une clientèle nationale.

b) Différents styles de constructions sont à relever de l'intérieur vers la mer

Dans le Nouveau Talborjt, les hôtels sont très discrets

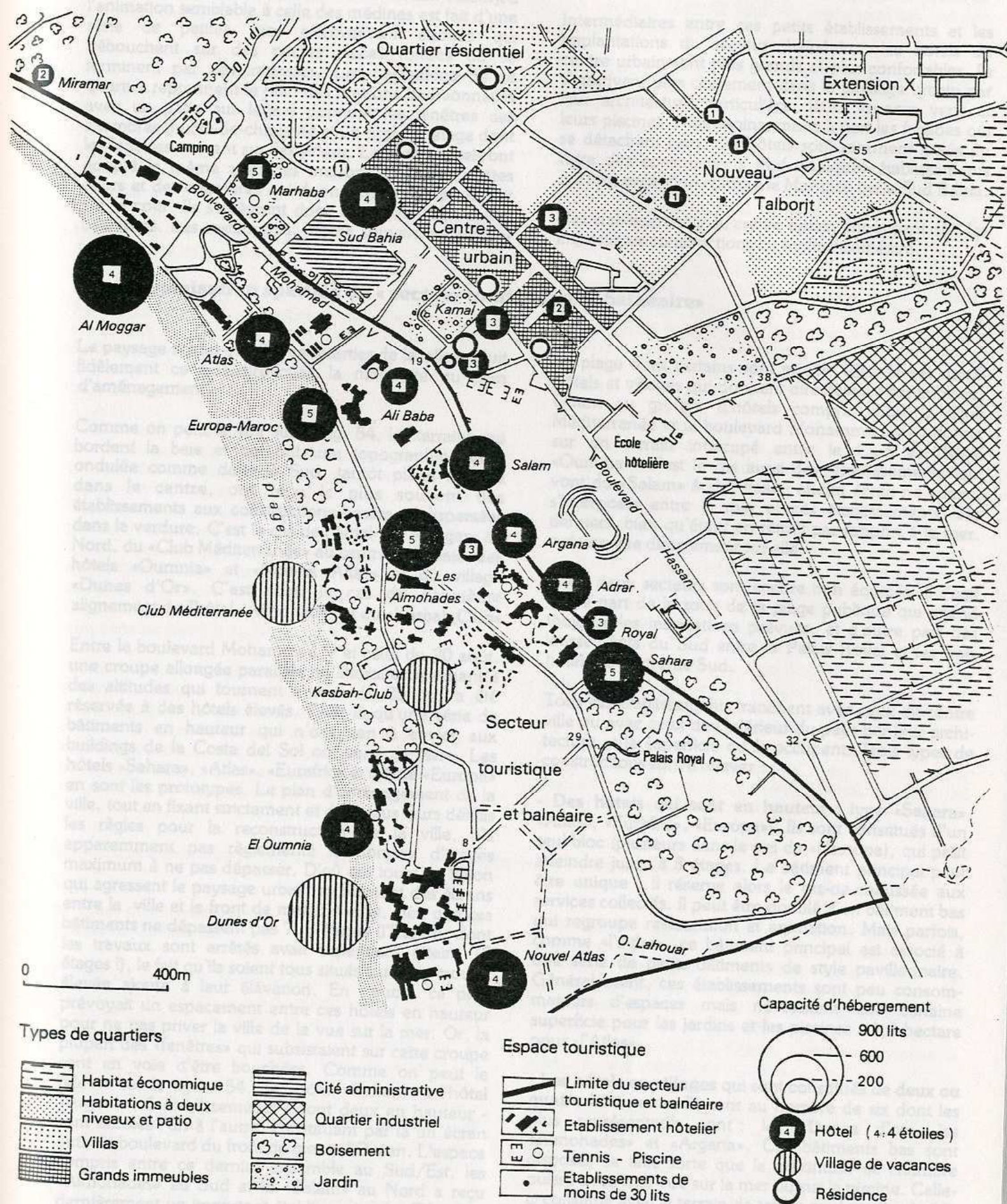


Fig. 54 - Implantations touristiques et espace urbain à Agadir

et se fondent dans l'architecture du quartier. Celui-ci qui se veut être une reconstitution de l'ancien Talborjt à l'animation semblable à celle des médinas est fait d'une série de petites rues relativement étroites qui débouchent sur des petites places rondes ou se terminent par des impasses. Les habitations de ce quartier reprennent le plan des maisons traditionnelles avec un patio sur lequel donnent les fenêtres des chambres du rez-de-chaussée et un premier étage dont les fenêtres ouvrent sur l'extérieur. Les petits hôtels ont adopté le même plan des maisons avec des petites cours et des chambres qui donnent soit sur la rue soit sur la cour. Ils s'intègrent donc assez bien aux autres bâtiments. Les restaurants, établis souvent au rez-de-

chaussée, se spécialisent dans la cuisine marocaine.

Intermédiaires entre ces petits établissements et les implantations du secteur balnéaire, les hôtels du centre urbain sont plus grands et plus confortables. Ils s'inscrivent plus clairement dans le paysage urbain par leur architecture particulière, leurs espaces verts et leurs piscines. Néanmoins, mises à part les façades qui se détachent bien, ces hôtels sont rarement isolés du reste des constructions sauf quelques établissements qui font exception comme le Marhaba ou le Sud Bahia.

Ces établissements du centre urbain annoncent déjà les imposantes constructions du secteur balnéaire.

2) - L'organisation spatiale du « secteur touristique et balnéaire »

Le paysage actuel qu'offre ce quartier de la ville traduit fidèlement ce que prévoyait la maquette du plan d'aménagement.

Comme on peut le voir sur la fig. 54, les terrains qui bordent la baie et qui ont une topographie tantôt ondulée comme dans le Sud, tantôt plane comme dans le centre, ont reçu le plus souvent des établissements aux constructions basses et dispersées dans la verdure. C'est le cas de l'hôtel «Al Moggar» au Nord, du «Club Méditerranée» au centre de la baie, des hôtels «Oumnia» et «Nouvel Atlas» et du village «Dunes d'Or». C'est aussi le cas du deuxième alignement de l'hôtel «Almohade» et du «Kasbah Club»

Entre le boulevard Mohammed V et celui du 20 août, une croupe allongée parallèle au littoral et se tenant à des altitudes qui tournent autour de 25 m., a été réservée à des hôtels élevés. C'est là qu'une série de bâtiments en hauteur qui n'ont rien à envier aux buildings de la Costa del Sol ont surgi de terre. Les hôtels «Sahara», «Atlas», «Eurafric» et même «Europa» en sont les prototypes. Le plan d'aménagement de la ville, tout en fixant strictement et dans tous leurs détails les règles pour la reconstruction de la ville, n'a apparemment pas règlementé le nombre d'étages maximum à ne pas dépasser. D'où ces tours de béton qui agressent le paysage urbain en formant des écrans entre la ville et le front de mer. En effet, bien que ces bâtiments ne dépassent pas 7, 8 étages (l'Eurafric dont les travaux sont arrêtés avait cependant atteint 12 étages !), le fait qu'ils soient tous situés sur cette croupe élevée ajoute à leur élévation. En outre, ce plan prévoyait un espacement entre ces hôtels en hauteur pour ne pas priver la ville de la vue sur la mer. Or, la plupart des «fenêtres» qui subsistaient sur cette croupe sont en voie d'être bouchées. Comme on peut le relever sur la figure 54, de l'hôtel «Sahara» à l'hôtel «Argana», 5 établissements - dont deux en hauteur - sont accolés l'un à l'autre, constituant par là un écran entre le boulevard du front de mer et l'Océan. L'espace compris entre ce dernier ensemble au Sud/Est, les «Almohades» au Sud et le «Salam» au Nord a reçu dernièrement un important établissement le «Tagadirt» (qui n'a pas été cartographié).

Ces établissements disposent en face d'eux de tronçons

de plage dont certains sont privés. C'est le cas des 5 hôtels et villages qui donnent directement sur la plage. Quant au groupe d'hôtels compris entre le Club Méditerranée et le boulevard Mohammed V, il donne sur un terrain inoccupé entre le Club et l'hôtel «Oumnia». C'est le cas aussi des établissements qui vont du «Salam» à «L'Atlas» : aucun écran ne venant s'interposer entre la mer et ces établissements, ces derniers, bien qu'étant en retrait par rapport à la mer, ont une vue directement sur elle.

Seuls deux secteurs sont encore non équipés. Il s'agit d'une part de la zone de la plage publique qui attend toujours les installations prévues, et d'autre part des lotissements du Sud entre le Palais Royal et les trois hôtels de l'extrême Sud.

Tous ces établissements tranchent avec ceux du centre ville ou avec ceux de l'intérieur du pays par leur architecture et la superficie qu'ils occupent. Trois types de constructions sont à relever :

- **Des hôtels qui sont en hauteur** : type «Sahara», «Atlas», «Eurafric», «Europa». Ils sont constitués d'un seul bloc (plusieurs dans le cas de «l'Europa»), qui peut atteindre jusqu'à 8 étages. Le bâtiment principal peut être unique ; il réserve alors le rez-de-chaussée aux services collectifs. Il peut être doublé d'un bâtiment bas qui regroupe restauration et animation. Mais parfois, comme «l'Atlas», ce bâtiment principal est associé à une série de petits bâtiments de style pavillonnaire. Généralement, ces établissements sont peu consommateurs d'espaces mais nécessitent une certaine superficie pour les jardins et les piscines : 1,8 hectare pour «l'Atlas».

- **Les hôtels ou villages qui sont constitués de deux ou quatre bâtiments**. Ils sont au nombre de six dont les plus représentatifs sont : les «Dunes d'or», les «Almohades» et «Argana». Ces bâtiments bas sont disposés de telle sorte que le maximum de chambre puisse avoir une vue sur la mer ou sur la piscine. Celle-ci constitue avec le terrain de tennis ou de volley-ball le noyau central autour duquel s'articulent tous les bâtiments. Ce sont donc des bâtiments qui compensent leur faible élévation en s'étalant en surface. Aussi la superficie que chaque hôtel couvre avec ses bâtiments,

jardins, piscines et dépendances est très importante et varie entre un peu moins d'un hectare («le Royal») et 6,2 hectares («les Dunes d'or»).

- **Des établissements** qui sont composés exclusivement d'un essaimage de **petits pavillons**. C'est le cas de six autres hôtels et villages (Oumnia, Kasbah, Royal, Club Méditerranée, Salam et Al Moggar). Les petits pavillons qui comportent deux à quatre logements (bungalows - appartements) se dispersent dans la verdure autour de la piscine ou du bâtiment principal qui abrite la direction, l'animation et la restauration. Là, l'étalement en surface et les besoins en terrains sont de règle. «El Oumnia» couvre approximativement 3,6 ha, «Al Moggar» 6 ha et le Club Méditerranée 9,6 ha.

Pour conclure, il faut souligner que c'est le secteur touristique et balnéaire qui, concentrant plus de 80 % de la capacité de la ville, donne à Agadir son «cachet» touristique. Or, à partir de la description de ce secteur trois idées se dégagent :

- Le secteur touristique et balnéaire *gadiri* rappelle par de nombreux traits l'espace touristique Sud tunisien. Le quartier balnéaire d'Agadir peut être facilement rapproché du secteur Nord de la ville de Souss en Tunisie, où 14 grands hôtels s'alignent en front de mer guidant l'urbanisation de la ville (GROUPE HUIT, 1976). Mais les implantations ramassées d'Agadir sont moins lâches. Elles s'opposent par là aux implantations linéaires de la côte méditerranéenne déjà évoquées. De ce fait, le problème de l'animation se pose moins que dans les stations du Nord.

- Les relations étroites entre le style de tourisme pratiqué et le type d'organisation spatiale et qui ont été soulignées pour la côte Nord sont encore plus nettes à Agadir. Si l'on se réfère aux règles qui doivent guider la construction d'un village pour satisfaire les besoins du touriste choisissant ce type de séjour (deuxième partie, chapitre 2), on s'explique facilement le style pavillon-

naire qui ménage le maximum d'espace et préserve une certaine intimité tout en prévoyant des centres d'intérêts collectifs.

De ce fait, la formule du village de vacances s'impose et la plupart des hôtels, même s'ils n'entrent pas dans le même circuit commercial que les clubs - qui sont gérés en principe par de grandes chaînes internationales -, sont conçus selon les mêmes règles architecturales que ceux-ci. C'est pour cette raison que l'hôtel classique avec son bâtiment unique est peu présent. De cette nécessité architecturale et de celle liée à la vue obligatoire sur la mer découlent la grande extension de ces établissements et leur forte consommation d'espace dans un secteur qui, étant compris entre la ville et l'océan, dispose de possibilités en terrains très limitées. Les prochaines extensions du secteur touristique, prévues dans le cadre de l'aménagement de «la baie d'Agadir», ne peuvent s'étendre que vers le Sud, ce qui va guider l'urbanisation de la ville dans cette direction.

Ainsi, si la majorité des hôtels d'Agadir échappent à la gestion des chaînes internationales qui contrôlent plus de 60 % des lits de la côte méditerranéenne, ils sont conçus et organisés en fonction du style touristique qui est réclamé par ces mêmes chaînes. Il faut souligner à ce propos que 25 % seulement des lits touristiques d'Agadir sont gérés par des sociétés étrangères, c'est le cas du «Club Méditerranée», de «l'hôtel Marhaba» et des Dunes d'or qui sont gérés par des sociétés françaises et de l'hôtel «Europa Maroc» qui est dirigé par une société allemande.

- Si les disponibilités en terrains ne posent pas de problème - en dehors du secteur touristique actuel -, dans une large plaine et le long de la côte Sud, les superficies importantes couvertes par ces hôtels exigent des espaces verts très étendus et de ce fait une consommation d'eau très élevée. Ceci ne manquera pas d'avoir des répercussions importantes sur les ressources en eau d'une région au climat semi-aride.

3) - L'organisation spatiale de la ville: une ville coupée de la mer

a) Une organisation de la ville qui se fait en fonction du littoral

Quand on examine la figure 54, on se rend compte d'une distribution des types de quartiers en fonction de la valeur accordée au littoral et qui est due à l'activité touristique. Le secteur balnéaire fréquenté par le tourisme international se réserve tous les terrains qui bordent l'océan. Au Nord-Ouest, les dernières pentes du Haut Atlas, jouissent d'une vue sur la mer, ont reçu le secteur résidentiel qui est constitué essentiellement de villas. Le centre urbain qui doit répondre aux besoins des touristes du secteur balnéaire en produits et services se tient pour cette raison près de la côte. Il est d'ailleurs conçu comme un centre-ville européen offrant même des rues et impasses piétonnières.

Tous les autres quartiers se tiennent plus loin par rapport à la mer. C'est le cas du nouveau Taiborjt où

les urbanistes ont essayé de reconstituer une médina pour que cette ville - Agadir - destinée avant tout aux estivants étrangers, présente une note de dépaysement. C'est le cas aussi des autres quartiers populaires qui sont de plus en plus éloignés de la mer comme la cité du Prince Héritier, les Amicales, et surtout le bidonville El Khiam. Celui-ci se trouve à 3 km - à vol d'oiseau - de l'Océan.

Ainsi plus que la topographie qui est relativement plane et peu accidentée, plus que les problèmes fonciers qui ont été résolus dans le cadre de la reconstruction par une expropriation/redistribution des terrains, c'est la mer en tant que pôle attractif qui joue à plein pour expliquer le zoning des quartiers et de leur contenu socio-professionnel. Le plan d'aménagement de 1962, qui a été suivi de près, a été établi en fonction de cet élément. Le secteur côtier étant réservé au tourisme international, la ville d'Agadir se trouve

coupée pratiquement de son littoral.

b) Une ville coupée de son front de mer

- Le choix de réserver les terrains bordant la baie aux activités touristiques et balnéaires va se traduire aussi dans la vie de cette cité par une véritable coupure spatiale entre le secteur balnéaire et le reste de la ville.

L'organisation de certaines activités de la ville est subordonnée à ce choix. C'est ainsi que le trafic des camions qui joignaient le port et les usines de conserves de poisson du quartier industriel est détourné par une route qui fait le tour de la ville par l'Est. Ceci n'étant pas suffisant, pour neutraliser les odeurs dues au traitement du poisson, on se propose de déplacer les conserveries dans le quartier d'Anza qui ne se trouve certes qu'à 5 km du port mais qui est situé à 10 km des cités où logent la plupart des ouvriers.

La figure 54 montre clairement que le quartier touristique est loin de faire «partie intégrante du paysage urbain» (PÉRÉ M., 1972). En plus des différences architecturales et de la conception générale du quartier, il faut relever le hiatus qui est maintenu entre la ville et le secteur balnéaire. Entre les dernières constructions qui arrivent jusqu'au boulevard Hassan II et le boulevard du front de mer, un vide apparaît, et ce, depuis le centre urbain au Nord jusqu'à la jonction des deux boulevards cités au Sud. On n'y relève que quelques bâtiments administratifs : la chambre d'agriculture, la chambre de commerce et un stade. La jonction ne se fait entre les deux noyaux de la ville qu'au niveau du centre urbain et administratif nécessaire aux besoins des deux parties de la ville.

Le boulevard Mohammed V d'une largeur de 20 m, canalisant une circulation à double sens est une véritable voie rapide Nord-Sud qui matérialise cette coupure (notamment pour les piétons). Seules trois voies transversales, l'une réservée au camping et l'autre prévue pour l'accès des vacanciers du secteur balnéaire au centre urbain, empruntant deux vallons et passant sous des ponts s'ajoutent à un jardin (troisième voie) pour assurer une liaison de part et d'autre de ce boulevard.

Même au niveau du centre urbain, le trajet entre la plage et ce dernier s'avère long et les touristes s'en plaignent. Que dire alors des habitants de la ville des quartiers les plus reculés qui ne disposent d'aucun moyen de transport public reliant la ville au secteur touristique ? En effet, dans ce dernier quartier on n'a relevé qu'un seul stationnement de «Grands Taxis» devant le Club Méditerranée et certains grands hôtels. Mis à part ce moyen de transport qui est plutôt à la portée des bourses des touristes, on est frappé par l'absence de lignes de la Régie Autonome des Transports d'Agadir pour relier les différents points de la ville à la plage.

Si ces faits relevés traduisent peut-être une certaine autonomie des établissements touristiques qui sont riviés à résoudre le problème de l'animation, ils confirment aussi le désir de maintenir ces installa-

tions touristiques à l'écart des fortes concentrations de la population locale. Cet aspect a été relevé sur la côte méditerranéenne et longtemps avant sur le littoral tunisien. Mais si cette situation n'est point contraignante dans un espace vierge, elle devient alarmante quand il s'agit d'une ville dont les habitants peuvent être privés indirectement du plaisir de la mer, d'autant plus que cet attrait se trouve valorisé par l'activité touristique. A ce propos, il faut rappeler que déjà au moment de l'établissement du plan, la décision de réserver la bordure de la mer aux installations touristiques, à l'exclusion de toute implantation pour le logement des habitants, ne fut pas accueillie avec enthousiasme par les *gadiris* (PÉRÉ M., 1973).

Même lorsque ces habitants effectuent le long trajet qui les sépare de la mer, ils se retrouvent sur une plage publique qui ne dispose d'aucun équipement. En effet, la zone Nord qui constitue le troisième élément du secteur touristique prévu par le plan d'aménagement, à savoir la «plage publique», et qui devait recevoir des installations collectives (cafés, restaurants, commerces et vestiaires), n'est toujours pas équipée, exception faite d'un café-restaurant. Tous les efforts ont été concentrés jusqu'à maintenant sur les lotissements prévus pour le tourisme international.

Ainsi, aussi bien au niveau de la conception urbaine de la ville qu'au niveau des relations entre ses différents quartiers, on peut relever deux grands noyaux : la ville proprement dite et le secteur touristique. Le lien entre ces deux pôles se limite au centre urbain et administratif, où habitants de la ville et touristes peuvent se rencontrer. Autrement, le secteur touristique tourne le dos à la ville et celle-ci est coupée de son front de mer.

C'est peut-être pour éviter l'aggravation de cette situation que le futur aménagement de la baie d'Agadir a été conçu différemment.

c) Les futurs aménagements de la baie par la S.O.N.A.B.A.

La Société d'Aménagement de la Baie d'Agadir (SONABA) a identifié 5 sites entre le Cap Rhir et l'embouchure de l'oued Massa (fig. 55) qui recevront des Unités d'Aménagement Touristique (U.A.T.). Ce sont du Nord au Sud : les Unités de Arrhoud, Tarhzoute, Tama ou Anza, Founty et Tifnit. Si ces projets frappent par leurs dimensions puisqu'au total ils vont ajouter à la capacité hôtelière de la région plus de 13 000 lits, ils attirent l'attention surtout par leur conception nouvelle dans laquelle les implantations touristiques sont associées à un habitat pour les populations locales. Ainsi, dans tous les cas, les ensembles touristiques sont accompagnés de bâtiments pour le logement et des équipements sociaux, administratifs et culturels nécessaires pour que chaque unité puisse se suffire à elle-même. La cité de Founty qui constitue une extension vers le sud de la ville d'Agadir associe donc à ses 7600 lits touristiques un habitat collectif et individuel pour environ 22 400 habitants. Ces

logements pour des habitants permanents et des touristes de passage seront complétés par un centre commercial et par d'autres équipements sociaux et sportifs. Ce projet dont l'exécution est très avancée puisque les travaux de viabilisation sont terminés connaît un grand succès. Les demandes déjà reçues par S.O.N.A.B.A.

Les demandes de logements sont disponibles prévues (7600 lits) sont en fait des logements qui n'a pas son équivalent dans la baie. Le même succès est enregistré pour les projets à l'habitat. Il faut noter aussi que les demandes le sont par des Marocains et des travailleurs à l'étranger. La prise par le privé marocain des nouveaux intérêts comme les émigrés. Mais il faut attendre la réalisation définitive de ce projet pour voir si la réalité correspond aux plans. Cette symbiose recherchée entre un habitat local et des installations touristiques est atteinte.

En attendant, on ne peut que relever le divorce spatial entre la ville et son secteur touristique et balnéaire, divorce qui laisse apparaître des relations d'un certain style entre les deux parties de la ville quand on examine le fonctionnement de l'espace touristique proprement dit.

Conclusion

De cet examen de l'organisation spatiale aussi sur la côte méditerranéenne qu'à Agadir ressortent certains facteurs qui agissent sur cette organisation et en expliquent les grandes lignes que les détails. Ainsi l'aménagement des espaces touristiques de séjour au Maroc agit directement ou indirectement des caractéristiques du tourisme international qui se dirige vers le Maroc. Parmi ces caractéristiques on peut citer :

- l'intérêt pour le cadre comme principal moyen d'attraction
- le cadre des vacances offertes par l'implantement d'habitat
- les moyens de transport

sur l'avion. Le schéma de la page 138 peut aider à préciser le rôle que chacun de ces facteurs joue sur les types d'implantation et leurs conséquences spatiales.

Ceci débouche sur la prédominance de la formule du village de vacances méditerranéenne ou de son imitation qui, à Agadir, correspond à une variante à mi-chemin entre l'hôtel et le village. Ces formules sont accompagnées d'une forte consommation de l'espace nécessaire pour réaliser un «urbanisme» qui puisse satisfaire le besoin des

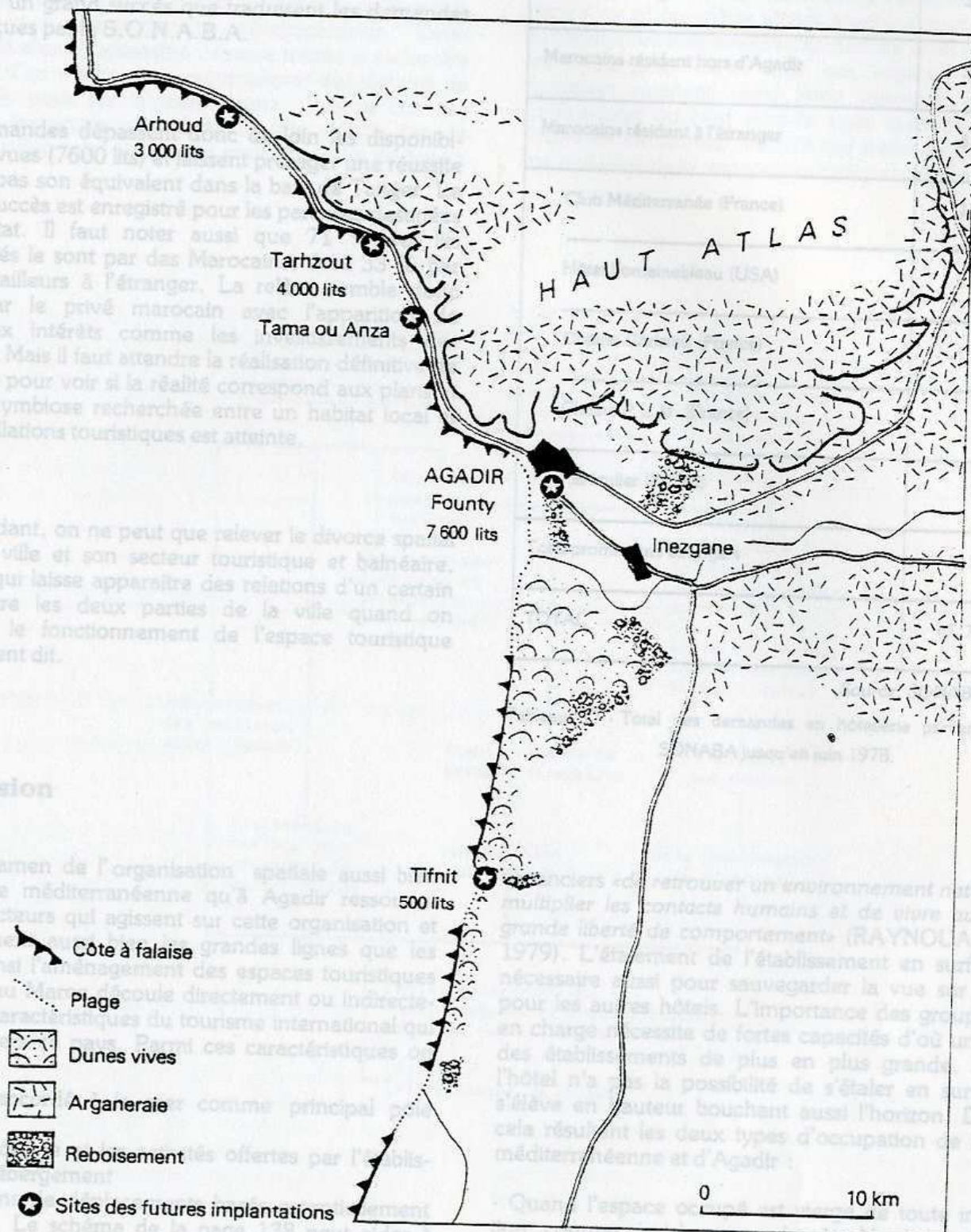


Fig. 55 - Aménagement de la baie d'Agadir: Les sites retenus

Quand par contre le secteur touristique créé prend appui sur une ville préexistante, comme à Agadir, les installations sont remassées et l'espace touristique est qu'il est organisé tourne le dos à la ville, du moins spatialement.

Mais si ces deux espaces diffèrent par le style de leur

logements pour des habitants permanents et des touristes de passage seront complétés par un centre commercial et par d'autres équipements sociaux et sportifs. Ce projet dont l'exécution est très avancée puisque les travaux de viabilisation sont terminés connaît un grand succès que traduisent les demandes déjà reçues par la S.O.N.A.B.A.

Les demandes dépassent donc de loin les disponibilités prévues (7600 lits) et laissent présager une réussite qui n'a pas son équivalent dans la baie de Tanger. Le même succès est enregistré pour les parcelles destinées à l'habitat. Il faut noter aussi que 71 % des lits demandés le sont par des Marocains, dont 33 % par des travailleurs à l'étranger. La relève semble donc prise par le privé marocain avec l'apparition de nouveaux intérêts comme les investissements des émigrés. Mais il faut attendre la réalisation définitive de ce projet pour voir si la réalité correspond aux plans et si cette symbiose recherchée entre un habitat local et des installations touristiques est atteinte.

En attendant, on ne peut que relever le divorce spatial entre la ville et son secteur touristique et balnéaire, divorce qui laisse apparaître des relations d'un certain style entre les deux parties de la ville quand on examine le fonctionnement de l'espace touristique proprement dit.

Conclusion

De cet examen de l'organisation spatiale aussi bien sur la côte méditerranéenne qu'à Agadir ressortent certains facteurs qui agissent sur cette organisation et en expliquent aussi bien les grandes lignes que les détails. Ainsi l'aménagement des espaces touristiques de séjour au Maroc découle directement ou indirectement des caractéristiques du tourisme international qui se dirige vers ce pays. Parmi ces caractéristiques on peut citer :

- l'intérêt accordé à la mer comme principal pôle d'attraction
- le cadre de vie et les activités offertes par l'établissement d'hébergement
- les moyens de déplacements basés essentiellement sur l'avion. Le schéma de la page 138 peut aider à préciser le rôle que chacun de ces facteurs joue sur les types d'implantation et leurs conséquences spatiales.

Ceci débouche sur la prédominance de la formule du village de vacances comme c'est le cas sur la côte méditerranéenne ou de son imitation qui, à Agadir, correspond à une variante à mi-chemin entre l'hôtel et le village. Ces formules sont accompagnées d'une forte consommation de l'espace nécessaire pour réaliser un «urbanisme» qui puisse satisfaire le besoin des

Origine	nombre de lits
Marocains d'Agadir	2 224
Marocains résidant hors d'Agadir	3 790
Marocains résidant à l'étranger	5 165
Club Méditerranée (France)	2 400
Hôtel Fontainebleau (USA)	1 200
Chaîne Christels (France)	300
Chaîne P.L.M. (France)	400
Particulier (Suède)	240
Total promoteurs étrangers	4 540
TOTAL	15 719

Source: SONABA - Agadir

Tableau 37 - Total des demandes en hôtellerie parvenues à la SONABA jusqu'en juin 1978.

vacanciers «de retrouver un environnement naturel, de multiplier les contacts humains et de vivre avec une grande liberté de comportement» (RAYNOUARD Y., 1979). L'étalement de l'établissement en surface est nécessaire aussi pour sauvegarder la vue sur la mer pour les autres hôtels. L'importance des groupes pris en charge nécessite de fortes capacités d'où une taille des établissements de plus en plus grande. Quand l'hôtel n'a pas la possibilité de s'étaler en surface, il s'élève en hauteur bouchant aussi l'horizon. De tout cela résultent les deux types d'occupation de la côte méditerranéenne et d'Agadir :

- Quand l'espace occupé est vierge de toute installation, comme c'est le cas sur la côte Nord, les stations sont isolées les unes des autres, d'où un étalement de l'infrastructure.

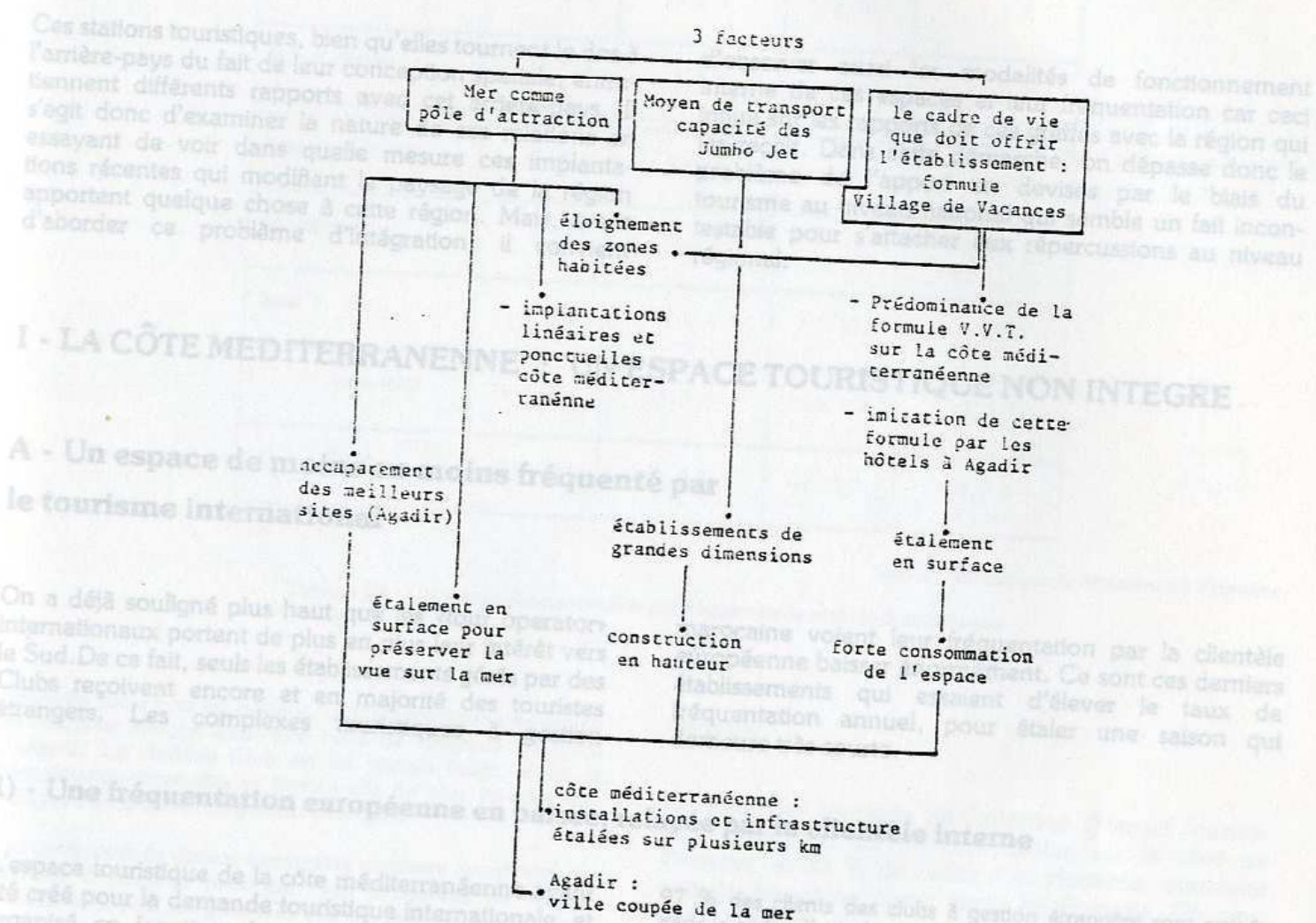
- Quand par contre le secteur touristique créé prend appui sur une ville préexistante, comme à Agadir, les installations sont remassées et l'espace touristique est dense et massif. Dans ce cas le secteur touristique tel qu'il est organisé tourne le dos à la ville, du moins spatialement.

Mais si ces deux espaces diffèrent par le style de leur

greffe sur les régions qui les accueillent, ils sont très homogènes quant à leur organisation de détail : types d'établissements, taille, superficies etc ... C'est dire que le tourisme international et ses agents, les «tour operator» disposent d'un grand pouvoir d'homogénéisation rendant toutes les stations identiques quelles que soient leurs implantations géographiques. Cette **capacité d'uniformisation** dépasse même le cadre des régions d'un même pays, pour aligner des stations de différents pays sur le même style. C'est le cas des espaces marocains qui rappellent ceux décrits dans le Sud Tunisien ainsi qu'un peu partout autour du bassin

méditerranéen.

Ceci dit, il serait intéressant de se demander maintenant si ce phénomène atteint aussi les relations socio-économiques tissées entre ces stations et les régions qui les hébergent. Est-ce que ces espaces présentent quelques nuances dans leurs rapports avec leurs arrière-pays ou bien sont-ils aussi identiques ? C'est l'objet de ce dernier chapitre qui traite du fonctionnement de nos deux espaces touristiques régionaux.



L'influence de ces différentes agences est confirmée par le relevé des nuitées de 1978 (tableau 38).

C'est ainsi que parmi les nationalités étrangères, les Français arrivent en tête. Les Belges et les Hollandais occupent la deuxième position à Agadir et la troisième à Tétouan. Le lien entre ces nationalités et les clubs à gestion étrangère

1) Seul indicateur contraire, l'essentiel des données chiffrées de ce chapitre se rapporte à l'année 1977 et a été recueilli lors de l'enquête nationale menée au cours de l'été 1978 auprès des établissements touristiques des deux régions.

CHAPITRE III

LE FONCTIONNEMENT DES ESPACES TOURISTIQUES: UNE FAIBLE INTEGRATION A L'ENVIRONNEMENT

France	182 453	40,3 %	35 730	22,4 %
Maroc	105 478	23,4 %	98 820	27,7 %
Belgique-Hollande	31 244	6,9 %	32 928	10,4 %
Angleterre	54 012	11,7 %	2 800	1,7 %

Ces stations touristiques, bien qu'elles tournent le dos à l'arrière-pays du fait de leur conception spatiale, entretiennent différents rapports avec cet arrière-pays. Il s'agit donc d'examiner la nature de ces relations en essayant de voir dans quelle mesure ces implantations récentes qui modifient le paysage de la région apportent quelque chose à cette région. Mais, avant d'aborder ce problème d'intégration, il convient

d'observer aussi les modalités de fonctionnement interne de ces espaces et leur fréquentation car ceci influe sur les rapports de ces greffes avec la région qui les reçoit. Dans cette démarche, on dépasse donc le problème de l'apport en devises par le biais du tourisme au niveau national qui semble un fait incontestable pour s'attacher aux répercussions au niveau régional.

I - LA CÔTE MEDITERRANENNE : UN ESPACE TOURISTIQUE NON INTEGRE

A - Un espace de moins en moins fréquenté par le tourisme international

On a déjà souligné plus haut que les «tour operator» internationaux portent de plus en plus leur intérêt vers le Sud. De ce fait, seuls les établissements gérés par des Clubs reçoivent encore et en majorité des touristes étrangers. Les complexes touristiques à gestion

marocaine voient leur fréquentation par la clientèle européenne baisser énormément. Ce sont ces derniers établissements qui essaient d'élever le taux de fréquentation annuel, pour étaler une saison qui demeure très courte.

1) - Une fréquentation européenne en baisse, relayée par la clientèle interne

L'espace touristique de la côte méditerranéenne ayant été créé pour la demande touristique internationale, et organisé en fonction de ces motivations, il faut se demander d'abord quelle est sa place chez les organisateurs et agences de voyages internationaux.

Pour l'année 1977, 79 % des touristes ayant séjourné dans les stations de la côte méditerranéenne ont été envoyés par des agences européennes dans le cadre d'un voyage organisé (24). Toutes les stations ont enregistré chacune plus de 80 % de vacanciers dans cette formule. Restinga fait exception à cause de la fréquentation individuelle du complexe Maroc-Tourist (fig. 56). Aussi la part des voyages organisés par type d'hébergement est-elle plus significative.

97 % des clients des clubs à gestion étrangère sont arrivés dans le cadre d'un voyage de groupe contre 45 % seulement pour les complexes à gestion marocaine. Par ailleurs 53 % de ces estivants ont été envoyés par le Club Méditerranée. Deux agences, l'une anglaise et l'autre belge se partagent 12 % laissant le reste à des agences allemandes, scandinaves et suisses. Une part minime est laissée à une agence marocaine.

L'influence de ces différentes agences est confirmée par le relevé des nuitées de 1978 (tableau 38).

C'est ainsi que parmi les nationalités étrangères, les Français arrivent en tête. Les Belges et les Hollandais occupent la deuxième position à Al Hoceima et la troisième à Tetouan. Le lien entre ces nationalités et les clubs à gestion étrangère

(24) Sauf indications contraires, l'essentiel des données chiffrées de ce chapitre se rapporte à l'année 1977 et a été recueilli lors de l'enquête personnelle menée au cours de l'été 1978 auprès des établissements touristiques des deux régions.

	Tetouan		Al Hoceima	
	nb. total	% par rapport au total	nb. total	% par rapport au total
France	182 455	40,5 %	35 730	22,1 %
Maroc	105 678	23,4 %	53 820	33,3 %
Belgique-Hollande	31 244	6,9 %	32 959	20,4 %
Angleterre	56 012	14,7 %	2 800	1,7 %
R.F.A.-Suisse	29 146	6,5 %	4 494	2,8 %
Espagne	13 317	2,9 %	5 020	3,1 %
Scandinavie	8 377	2,0 %	50	0,03 %
Italie	6 304	1,4 %	538	0,3 %
sous-total	443 033	98,3 %	135 414	83,8 %
Total	450 552	100,0 %	161 509	100,0 %

Source: Statistiques du Ministère du Tourisme

Tableau 38 - Les principales nationalités qui fréquentent la côte méditerranéenne (nuitées 1978)

implantés sur la côte est évident. Le Club Méditerranée draine les touristes français ainsi que ceux de Belgique où il est implanté. Le Holiday Club est de gestion belge. Aussi la fréquentation étrangère se limite-t-elle de plus en plus aux Villages de Vacances de gestion étrangère.

Les complexes de gestion marocaine reçoivent avant tout une clientèle à majorité nationale. Les complexes de Maroc-Tourist sont peu programmés par les catalogues des «tour operator», et les résidents au Maroc peuvent constituer suivant les années jusqu'à 90 % de leur clientèle. Le complexe de la S.A.T. à Cabo Negro est occupé en majorité par des Marocains d'un certain revenu. Enfin, tous ces complexes dirigent leurs campagnes publicitaires vers

l'intérieur.

Au total, les touristes de l'intérieur (Maroc) fournissent désormais 23 % des nuitées sur la côte de Tetouan, et 33 % de celles d'Al Hoceima, occupant ainsi la deuxième place après les Français. On peut donc conclure que les agences de voyages internationales portent moins d'attention à l'égard de la côte méditerranéenne, et que le relais semble être pris par la clientèle marocaine. Les gestionnaires étrangers se contentent de remplir en été les établissements dont ils assurent la direction, d'où un rythme très saisonnier.

2) - Un espace qui fonctionne quatre mois sur douze

Fig. 56 - Fréquentation des stations de la côte méditerranéenne

La figure 56 fait apparaître le caractère saisonnier de la fréquentation de cet espace. En général, la saison commence au mois de mai, mais les plus forts taux d'occupation (100 %) sont atteints en juillet-août et la saison est close avec les mois de septembre-octobre. La station de Cabo Negro ferme d'octobre à décembre, alors que les autres stations continuent à fonctionner

grâce à l'effort d'étalement de la saison fourni par les complexes à gestion marocaine. Les graphiques de la fréquentation mensuelle par type d'hébergement (fig. 57) mettent en évidence cet aspect. Ne restent ouverts que les établissements de Maroc-Tourist et le Kabila alors que les villages de vacances du Club Méditerranée, du Holiday Club, du village Vacances

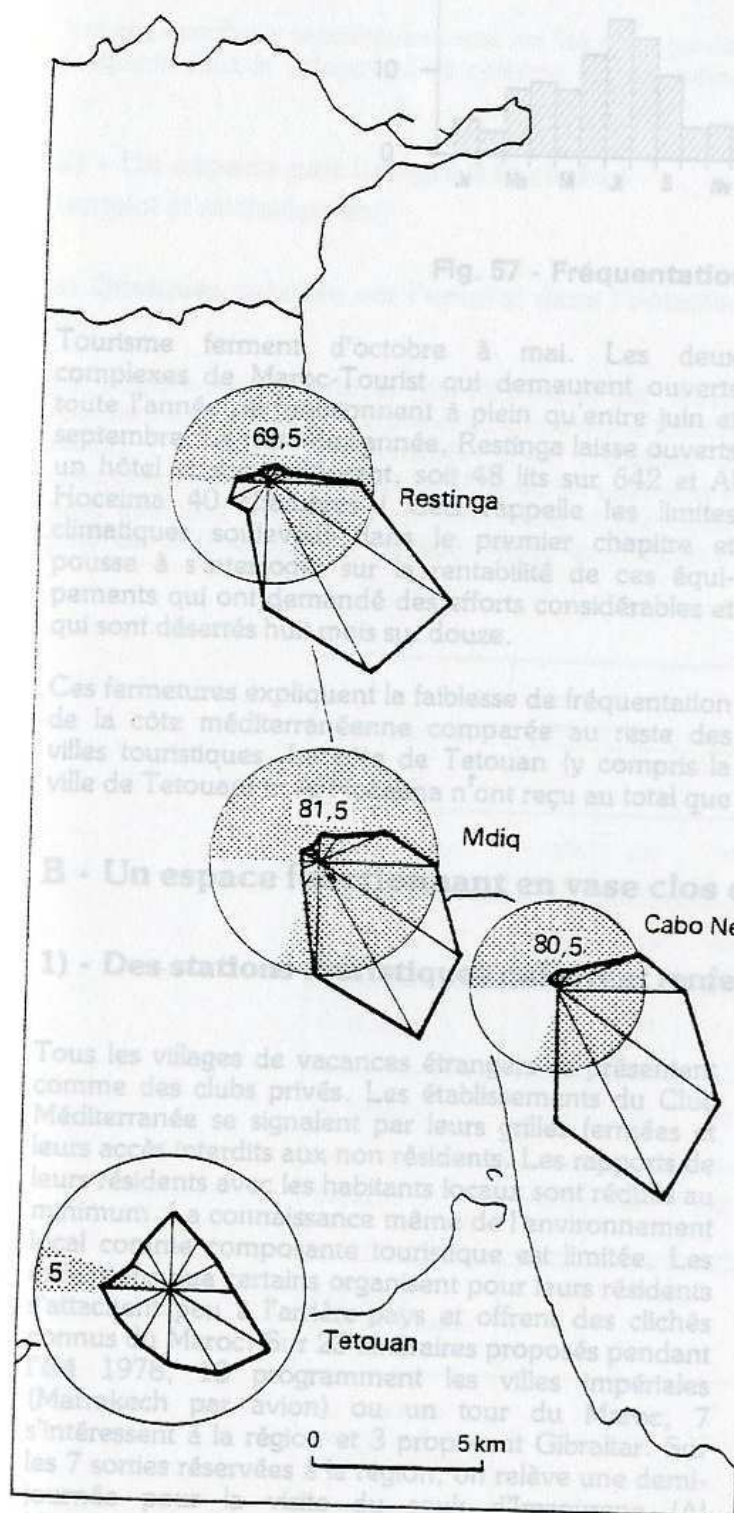
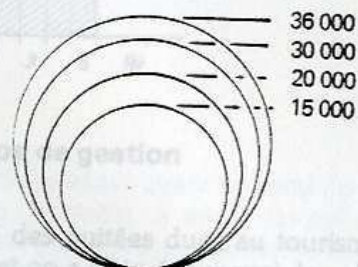


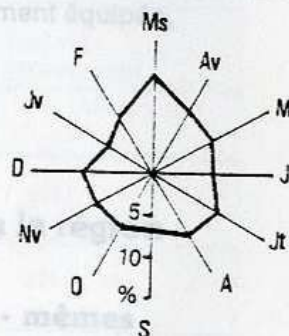
Fig. 56 - Fréquentation des stations de la côte méditerranéenne

Total des touristes par station (1977)



Pourcentage des touristes envoyés par les agences internationales dans le cadre d'un voyage organisé

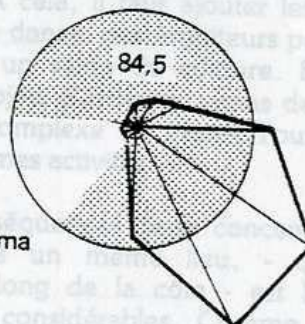
Fréquentation mensuelle en pourcentage au cours de l'année 1977



Exemple d'Agadir

privée toute une gamme de sports : école de voile et plongée libre, tennis (15 courts), tous les sports de ballon, le tir à l'arc, l'équitation (28 chevaux) et le yoga. Pour son animation nocturne, il dispose d'un orchestre permanent, d'un night club et d'une discothèque. A cela s'ajoutent les ateliers d'arts appliqués et de décoration. Pour les amateurs de bridge et le scrabble et pour les amateurs de cartes à jouer. Enfin un bazar propose des objets de toutes sortes des quatre coins du pays. Le complexe touristique de Restinga reprend les mêmes activités.

Al Hoceima



L'une des attractions de tant d'activités est la consommation d'espaces considérables. Comme déjà noté, la station de Restinga-Smir s'étend sur une superficie de 130 hectares alors que le Club Méditerranée d'Al Hoceima occupe à lui seul 90 hectares. Si ces étendues n'entraient pas en concurrence avec l'agriculture dans les terrains peu favorables à celle-ci le Club Méditerranée d'Al Hoceima se situe au débouché de la plaine dans une zone de sables et où la nappe phréatique présente de fortes concentrations de sel elles attirent l'attention par les faibles densités qu'elles portent dans des régions surpeuplées.

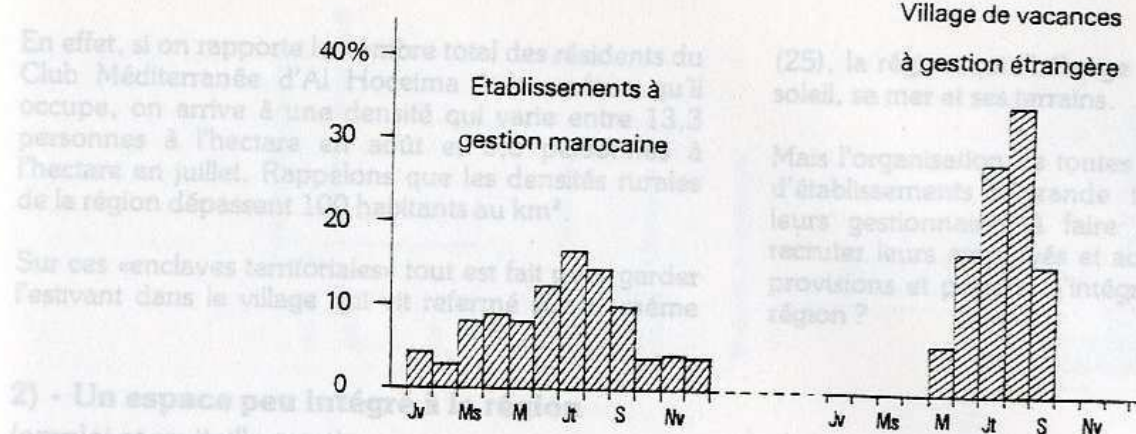


Fig. 57 - Fréquentation mensuelle par type de gestion

Tourisme ferment d'octobre à mai. Les deux complexes de Maroc-Tourist qui demeurent ouverts toute l'année ne fonctionnent à plein qu'entre juin et septembre. Le reste de l'année, Restinga laisse ouverts un hôtel et son restaurant, soit 48 lits sur 642 et Al Hoceima 40 chambres ! Ceci rappelle les limites climatiques soulevées dans le premier chapitre et pousse à s'interroger sur la rentabilité de ces équipements qui ont demandé des efforts considérables et qui sont désertés huit mois sur douze.

Ces fermetures expliquent la faiblesse de fréquentation de la côte méditerranéenne comparée au reste des villes touristiques. La côte de Tetouan (y compris la ville de Tetouan) et Al Hoceima n'ont reçu au total que

8,5 % du total des nuitées dues au tourisme international en 1978 et on a estimé leur part dans le tourisme de séjour à 20 % des nuitées. Rappelons qu'Agadir avec une capacité hôtelière qui est à peine le double de celle de notre région, a reçu plus de 24 % des nuitées du tourisme international, et sa part dans le tourisme de séjour international a été estimée à 47 %. Cette différence provient d'un taux de fréquentation plus élevé à Agadir que dans les stations de la côte Nord, ce qui ne manque pas de surprendre pour une région qui a été fortement équipée.

B - Un espace fonctionnant en vase clos et peu intégré à la région

1) - Des stations touristiques qui vivent renfermées sur elles - mêmes

Tous les villages de vacances étrangers se présentent comme des clubs privés. Les établissements du Club Méditerranée se signalent par leurs grilles fermées et leurs accès interdits aux non résidents. Les rapports de leurs résidents avec les habitants locaux sont réduits au minimum. La connaissance même de l'environnement local comme composante touristique est limitée. Les excursions que certains organisent pour leurs résidents s'attachent peu à l'arrière-pays et offrent des clichés connus du Maroc. Sur 23 itinéraires proposés pendant l'été 1978, 13 programment les villes impériales (Marrakech par avion) ou un tour du Maroc, 7 s'intéressent à la région et 3 proposent Gibraltar. Sur les 7 sorties réservées à la région, on relève une demi-journée pour la visite du souk d'Imzourene (Al Hoceima), une demi-journée pour l'oued Laou, une journée pour Tetouan et Chaouen et 4 excursions pour Tanger. La majeure partie du temps se passe au sein du village qui organise toute l'animation nécessaire.

Cette animation occupe une bonne partie du personnel : 24 employés sur les 90 permanents de Maroc-Tourist à Restinga, et 57 des 79 employés étrangers du village de Cabo Negro. L'exemple du Club Méditerranée d'Al Hoceima nous montre le large éventail d'activités proposées par ces établissements. Cet établissement offre autour d'une piscine et d'une plage

privée toute une gamme de sports : école de voile et plongée libre, tennis (15 courts), tous les sports de ballon, le tir à l'arc, l'équitation (28 chevaux) et le yoga. Pour son animation nocturne, il dispose d'un orchestre permanent, d'un night club et d'une discothèque. A cela, il faut ajouter les ateliers d'arts appliqués et de danse, des moniteurs pour le bridge et le scrabble et un salon de coiffure. Enfin un bazar propose des objets d'artisanat venus des quatre coins du pays. Le complexe de Maroc-Tourist à Restinga reprend les mêmes activités.

L'une des conséquences de la concentration de tant d'activités dans un même lieu, - qui s'ajoute à l'étalement le long de la côte - est la consommation d'espaces considérables. Comme déjà noté, la station de Restinga-Smir s'étend sur une superficie de 130 hectares alors que le Club Méditerranée d'Al Hoceima occupe à lui seul 90 hectares. Si ces étendues sont peu contraignantes dans la mesure où elles n'entrent pas en concurrence avec l'agriculture dans les terrains peu favorables à celle-ci (le Club Méditerranée d'Al Hoceima se situe au débouché de la plaine dans une zone de sables et où la nappe phréatique présente de fortes concentrations de sel) elles attirent l'attention par les faibles densités qu'elles portent dans des régions surpeuplées.

En effet, si on rapporte le nombre total des résidents du Club Méditerranée d'Al Hoceima à la surface qu'il occupe, on arrive à une densité qui varie entre 13,3 personnes à l'hectare en août et 6,6 personnes à l'hectare en juillet. Rappelons que les densités rurales de la région dépassent 100 habitants au km².

Sur ces «enclaves territoriales» tout est fait pour garder l'estivant dans le village qui vit refermé sur lui-même

(25), la région qui l'héberge se contentant d'offrir son soleil, sa mer et ses terrains.

Mais l'organisation de toutes ces activités et l'entretien d'établissements de grande taille n'ont-ils pas poussé leurs gestionnaires à faire appel à la région pour recruter leurs employés et acquérir une partie de leurs provisions et partant, s'intégrer plus ou moins à cette région ?

2) - Un espace peu intégré à la région (emploi et ravitaillement)

a) Quelques salariés sur l'emploi dans l'hôtellerie

Le nombre des employés de l'hôtellerie est assez fluctuant d'une saison à l'autre et au cours d'une même saison : le Club Méditerranée d'Al Hoceima a commencé sa saison de l'été 1978 avec 90 saisonniers pour atteindre 140 à 170 en plein juillet et prévoyait plus de 200 employés en août. Aussi est-il difficile

d'avancer un chiffre exact quant au total du personnel. Au moment de l'enquête, à savoir fin juillet 1978, la totalité des employés des établissements balnéaires de la côte méditerranéenne peut être estimée à 1800 personnes soit une personne pour trois lits. Cette moyenne varie peu suivant les stations ou le type d'hébergement.

Par ailleurs, le manque de données actualisées concer-

Par Station	Total des employés			Employés permanents			Employés temporaires		
		maroc.	étr.		maroc.	étr.		maroc.	étr.
Cabo Negro	276	197	79	134	55	79	142	142	0
Mdiq	497	415	82	221	139	82	276	276	0
Restinga	478	397	81	195	115	80	283	232	1
Al Hoceima	550	460	90	200	110	90	350	350	0
Total	1 801	1 469	332	750	419	331	1 051	1 050	1
Par type d'hébergement									
Villages de vacances à gestion étrang.	1 223	892	331	460	129	331	763	763	0
Complexes à gestion marocaine	578	577	1	290	290	0	288	287	1
Club Médit.	846	597	249	329	80	249	517	517	0

Tableau 39 - Les salariés des établissements touristiques

Source: Enquête personnelle

(25) Un des clubs de la côte de Tetouan avait même sa propre heure qui retardait de 60 minutes sur l'heure officielle.

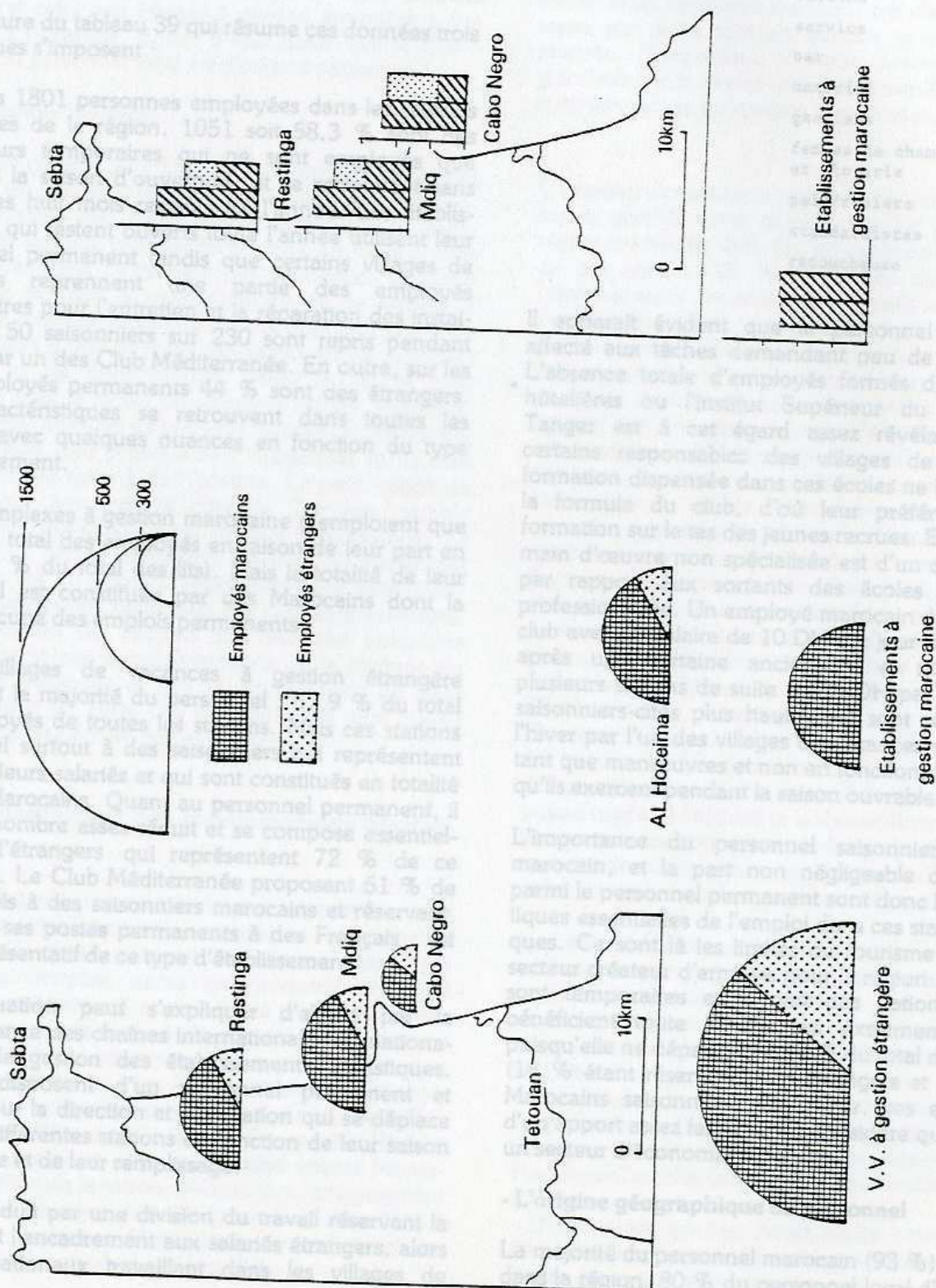


Fig. 58 - Les employés de l'hôtellerie par station et par type de gestion

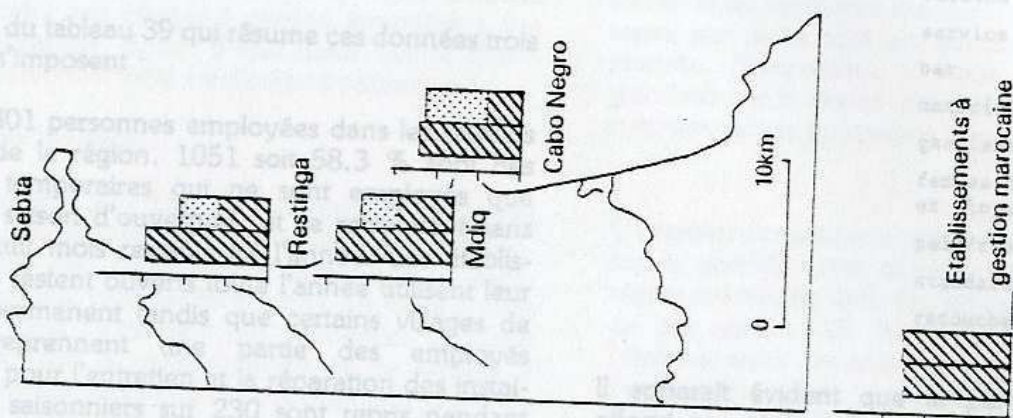


Fig. 59 - Employés permanents et employés temporaires

nant la population en général et la population active en particulier ne permet pas d'évaluer l'importance relative de ce secteur d'emplois. Se basant sur les données du recensement de 1971, M. PÉRÉ évaluait la part des employés de l'hôtellerie de la région en 1973 à 3,5 % de la population active des communes littorales (4,5 % pour Al Hoceima) soit trois fois la moyenne marocaine.

Mais, si ce pourcentage dépasse la moyenne marocaine, il ne doit pas cacher la réalité de ce secteur d'emploi qui est marqué par une grande instabilité des employés marocains et la part importante du personnel étranger.

- Personnel permanent et personnel saisonnier (fig. 58 - 59)

A la lecture du tableau 39 qui résume ces données trois remarques s'imposent :

- Sur les 1801 personnes employées dans les stations balnéaires de la région, 1051 soit 58,3 % sont des travailleurs temporaires qui ne sont employés que pendant la saison d'ouverture, et se retrouvent sans travail les huit mois restants de l'année. Les établissements qui restent ouverts toute l'année utilisent leur personnel permanent tandis que certains villages de vacances reprennent une partie des employés temporaires pour l'entretien et la réparation des installations : 50 saisonniers sur 230 sont repris pendant l'hiver par un des Club Méditerranée. En outre, sur les 750 employés permanents 44 % sont des étrangers. Ces caractéristiques se retrouvent dans toutes les stations avec quelques nuances en fonction du type d'hébergement.

- Les complexes à gestion marocaine n'emploient que 32 % du total des employés en raison de leur part en lits (31,5 % du total des lits). Mais la totalité de leur personnel est constituée par des Marocains dont la moitié occupe des emplois permanents.

- Les villages de vacances à gestion étrangère emploient la majorité du personnel : 67,9 % du total des employés de toutes les stations. Mais ces stations font appel surtout à des saisonniers qui représentent 62 % de leurs salariés et qui sont constitués en totalité par des Marocains. Quant au personnel permanent, il est d'un nombre assez réduit et se compose essentiellement d'étrangers qui représentent 72 % de ce personnel. Le Club Méditerranée proposant 61 % de ses emplois à des saisonniers marocains et réservant 75 % de ses postes permanents à des Français, est assez représentatif de ce type d'établissement.

Cette situation peut s'expliquer d'abord par la prédominance des chaînes internationales ou nationales dans la gestion des établissements touristiques. Celles-ci disposent d'un personnel permanent et qualifié pour la direction et l'animation qui se déplace entre les différentes stations en fonction de leur saison d'ouverture et de leur remplissage.

Ceci se traduit par une division du travail réservant la direction et l'encadrement aux salariés étrangers, alors que les nationaux travaillant dans les villages de

vacances sont employés essentiellement comme personnel d'exécution : 2,9 % seulement parmi eux s'occupent de l'animation et de la direction. La répartition du personnel d'un club par fonction est la suivante :

Personnel européen :	administration	8
	animation-excursions	27
	restaurant-bar	15
	sport	15
	bazar	4
	infirmerie	2
Personnel marocain :	économat	7
	cuisine	29
	service	25
	bar	17
	matériel	25
	gardiens	14
	femmes de chambre et lingerie	31
	paléfreneriers	4
	standardistes	2
	retoucheuse	1

Il apparaît évident que le personnel marocain est affecté aux tâches demandant peu de spécialisation. L'absence totale d'employés formés dans les écoles hôtelières ou l'institut Supérieur du Tourisme de Tanger est à cet égard assez révélatrice. D'après certains responsables des villages de vacances, la formation dispensée dans ces écoles ne convient pas à la formule du club, d'où leur préférence pour la formation sur le tas des jeunes recrues. En réalité, cette main d'œuvre non spécialisée est d'un coût très faible par rapport aux sortants des écoles de formation professionnelle. Un employé marocain débute dans un club avec un salaire de 10 DH par jour pour plafonner après une certaine ancienneté et s'il est recruté plusieurs saisons de suite à 600 DH par mois. Les 50 saisonniers-cités plus haut - qui sont repris pendant l'hiver par l'un des villages de vacances sont payés en tant que manœuvres et non en fonction de la spécialité qu'ils exercent pendant la saison ouvrable.

L'importance du personnel saisonnier en totalité marocain, et la part non négligeable des étrangers parmi le personnel permanent sont donc les caractéristiques essentielles de l'emploi dans ces stations touristiques. Ce sont là les limites du tourisme en tant que secteur créateur d'emplois pour la région. Ces emplois sont temporaires et la part des nationaux qui en bénéficient toute l'année est extrêmement réduite puisqu'elle ne dépasse pas 23 % du total des employés (18 % étant réservés à des étrangers et 58 % à des Marocains saisonniers). En outre, ces emplois sont d'un apport assez faible si l'on considère qu'on est dans un secteur d'économie moderne.

- L'origine géographique du personnel

La majorité du personnel marocain (93 %) est recrutée dans la région. 80 % du personnel local d'Al Hoceima

vient des communes voisines comme Ajdir, et 20 % de la ville même. A l'autre extrémité de la côte, les établissements hôteliers recrutent à Tetouan, à Mdiq et vont même jusqu'à Chaouen. Les 7 % restants proviennent des grandes villes : Tanger, Casablanca, Agadir et Fes. Il s'agit souvent des employés permanents de Maroc-Tourist, du Club Méditerranée, ou de la K.T.I. (gestion du Petit Merou à Cabo Negro) qui sont «mutés» des établissements du Sud et de l'intérieur vers le Nord quand celui-ci connaît sa période de pointe. Ceci explique la présence sur la côte méditerranéenne d'employés venus d'Agadir ou même de Ouarzazate, et apporte une autre limite à l'impact local du tourisme. En effet, n'est recruté sur place que le personnel temporaire d'exécution ; le personnel qualifié classé comme cadres moyens ou supérieurs des complexes à gestion marocaine vient d'autres régions et celui des villages à gestion étrangère a son origine à l'étranger. Enfin, il faut noter que la quasi-totalité du personnel local est d'origine paysanne.

- Les emplois indirects

Ils sont en général plus difficiles à dénombrer, mais leur nombre est considérablement réduit dans notre région. La stagnation des constructions hôtelières et parahôtelières (un seul chantier fonctionne sur toute la côte de Tetouan pour l'extension des résidences de Cabo Negro) a ramené la main-d'œuvre de ce secteur à quelques ouvriers, alors que dans la première phase de construction 6 000 ouvriers travaillent sur les chantiers routiers et de constructions. Mais le fait le plus frappant, c'est la rareté des emplois induits. Restauration, bazars, agences de voyages, guides touristiques et transporteurs sont pratiquement inexistantes sur la côte de Tetouan et rares à Al Hoceima. Le petit village de Mdiq, seul centre de la côte de Tetouan, semble profiter des quelques arrêts de bus d'excursions. 13 cafés et 12 bazars emploient environ 60 personnes alors que les 29 épiciers approvisionnent essentiellement les vacanciers nationaux des campings sauvages. Cette faiblesse de l'impact du tourisme s'explique naturellement par la prédominance de la formule du village de vacances et son fonctionnement en vase clos. Celui-ci va avoir des répercussions plus graves quant au ravitaillement de ces stations.

b) Le ravitaillement des établissements touristiques

En plus des salaires distribués aux employés de la région, les établissements touristiques sont censés alimenter le circuit commercial régional par leurs achats. La dernière partie de l'enquête qui était destinée à préciser cet apport a été peu concluante. Certains responsables d'hôtels ont été réticents pour aborder les aspects financiers de leur gestion. En plus, la comptabilité de tous les établissements des chaînes nationales ou internationales est envoyée au siège de la société dès la clôture de la saison. De ce fait, n'étaient disponibles sur place que les données encore incomplètes du début de la saison. Néanmoins, une première tentative d'évaluation des dépenses peut être faite à partir des quelques déclarations recueillies et en particulier de l'exemple du tableau 40.

L'établissement concerné dispose d'une capacité de 630 lits et autant de places de restaurant. Etant donné que tous les résidents prennent leurs repas au village et que celui-ci sert peu de clients de passage, on peut prendre comme base de calcul le nombre total des touristes par saison et non le taux moyen d'occupation des places de restaurant comme dans l'hôtellerie classique. Ainsi avec une dépense alimentaire totale de 766 300 DH pour 10 000 personnes, la moyenne est de 77 DH par personne.

Tous les établissements de la côte méditerranéenne réunis recevant autour de 100 000 personnes achètent donc pour environ 7 700 000 DH de produits alimentaires par saison. Ce chiffre est sûrement sous-estimé car il faut ajouter le personnel qui réside sur les lieux de travail et les employés qui prennent une partie de leurs repas sur place tout en quittant le travail en fin de journée. Néanmoins, il nous donne un ordre de grandeur sur la masse monétaire versée dans le circuit commercial par les stations touristiques.

L'examen des points d'achat de ces produits renseigne sur la part de cette somme qui est injectée dans la région même (fig. 63). Or, on est frappé par la faiblesse de cet apport. 25 % seulement des dépenses de l'établissement considéré sont versés aux grossistes de Tetouan pour l'achat des légumes et des fruits et une partie des œufs. Tous les autres achats sont captés par les grossistes de Casablanca. Pour les achats en poissons, certains établissements vont même jusqu'à Agadir! A Al Hoceima, le ravitaillement des estivants se fait presque totalement en dehors de la région et dépasse parfois le cadre national: un grand établissement achète exclusivement de la viande congelée importée de Nouvelle-Zélande pour couvrir ses besoins qui se montent à 54 tonnes par saison. Pour les achats de produits d'entretien, d'un montant plus faible, les établissements de la côte de Tetouan s'adressent plus souvent à cette dernière et à Tanger, alors que ceux d'Al Hoceima achètent tout hors région. Enfin, la blanchisserie est exécutée partout au sein de l'établissement, exception faite pour le village d'Al Hoceima où on se déclare confier une partie du linge à des paysannes des alentours.

On ne relève donc sur la côte méditerranéenne rien qui puisse rappeler l'activité et le dynamisme suscités par le tourisme et qui sont observés à Agadir. Ceci s'explique essentiellement par le mode d'hébergement prédominant et par le type de tourisme pratiqué.

- Les établissements gérés par des chaînes nationales ou internationales disposent souvent d'un service commercial commun qui regroupe les commandes et s'adresse au même fournisseur pour approvisionner les différents établissements quelque soit leur lieu géographique. C'est ainsi que tous les «Club Méditerranée» passent leurs commandes à leur représentant à Casablanca qui fait tous les achats sur place, et un camion effectue le voyage aller-retour Al Hoceima-Casablanca deux fois par semaine.

- D'autre part, un lien étroit existe entre la taille de l'établissement et le lieu d'approvisionnement. Les unités de petites et moyennes capacités (Petit Mérou -

Achats	Quantités	Montant en dh	Origine pour Tetouan	Origine pour AlHoceima
Viande	25 tonnes	300 000	Casablanca	Importation
Poisson	7 tonnes	100 000	Agadir-Casa	Agadir
Fruits Légumes	135 tonnes	180 000	Tetouan	AlHoceima
Oeufs	70 000 pièces	30 000	Tetouan Casablanca	Casablanca
Beurre Fromage	15 tonnes	36 700	Casablanca	Casablanca
Boissons Alcoolisées		92 000	Casablanca	Casablanca
Boissons non Alcoolisées		27 692	Casablanca	AlHoceima
Location de véhicules			Tanger	Tanger
Droguerie		30 000	Tetouan	Tanger
Pièces de rechange			Tanger	Casablanca
Linge Vaisselle			Paris	Paris
Artisanat			Tanger-Casa	Marrakech-Fes
Entretien			Fes	Casablanca
Blanchisserie			Sur place	Sur place
Eau		55 000		
Electricité		177 000		
Gaz		27 000	Tanger	Casablanca

Source: Enquête personnelle, 1978

Tableau 40 - Ravitaillement d'un établissement de type village de vacances

Kabila) se ravitaillent sur place, les fournisseurs locaux pouvant ramasser aisément les quantités nécessaires. Le complexe touristique ou le village de vacances de grande taille, devant servir jusqu'à 1600 repas à la fois, fonctionne comme une véritable usine qui ne peut pas se permettre des retards dans les livraisons des fournisseurs et se trouve obligé de s'adresser aux grossistes de Casablanca. Mises à part la viande et les volailles, les produits locaux aussi bien à Tetouan qu'à Al Hoceima sont sûrement suffisants pour répondre à la demande touristique mais, faute d'une organisation commerciale structurée et efficace, ne sont pas dirigés sur les hôtels.

- Le caractère saisonnier du tourisme pratiqué est de nature à décourager toute initiative locale qui essaierait de répondre à cette forte demande concentrée sur quatre mois. Les élevages de volailles

qui se sont développés autour d'Agadir en partie à cause de la demande touristique sont ici inconcevables.

En fin de compte, il semble que la région profite peu de la greffe du tourisme. Les établissements à gestion marocaine déclarent se ravitailler essentiellement à Tetouan et le marché de gros de celle-ci connaît une certaine animation pendant l'été. Mais les quelques activités touchées par le tourisme à la fois à Tetouan et à Al Hoceima se limitent au secteur commercial qui traite surtout les légumes et les fruits venus en grande partie d'ailleurs, alors qu'on ne remarque aucune activité productrice comme c'est le cas à Agadir.

En conclusion, on peut remarquer qu'après dix années d'existence sur la côte méditerranéenne, le tourisme est loin d'être le moteur de développement pour une région en difficulté. Alors que le nombre d'emplois

directs créés est encore réduit et les emplois indirects rares, le montant des salaires versés à la région est assez faible. Quant aux sommes dépensées pour les

achats, elles échappent en grande partie à la région. De ce fait, ces stations sont peu intégrées économiquement à leur environnement.

II - AGADIR : UN NET EFFET D'ENTRAÎNEMENT

A - Une station qui connaît un vif succès en Europe

L'importance d'Agadir comme principal centre récepteur des touristes qui visitent le Maroc a déjà été maintes fois soulignée dans cette étude. Aussi, on se contentera ici de préciser quelques-unes des caractéris-

tiques du mouvement touristique vers cette station. Ces caractéristiques sont nécessaires à la compréhension du fonctionnement de cette station qui peut être opposé à celui de la côte Nord.

1) - La fréquentation d'Agadir illustre les nouvelles tendances du mouvement touristique international vers le Maroc

a) Importance des nationalités nordiques

86 % des nuitées dues au tourisme international en 1978 ont été consommées par les six nationalités européennes les plus représentées dans la fréquentation de tout le pays. Les parts respectives qui reviennent à chacune de ces nationalités ou groupes de nationalités sont les suivantes :

Français	40,0%
Allemands	} 25,6% (21,7% pour l'Allemagne)
Suisses	
Scandinaves	12,8%
Belges	} 7,5%
Néerlandais	

Les Français se maintiennent donc en tête et représentent le même pourcentage que sur le plan national. Les Allemands occupent la deuxième place avec une part qui est de 10 % supérieure à leur part sur le total national.

Les Scandinaves qui ont consommé 6 % du total des nuitées pour tout le Maroc ont fourni 13 % des nuitées d'Agadir en se plaçant au troisième rang. Quand on pense à la fréquentation de la côte méditerranéenne, on se rend compte de la différence fondamentale qui existe entre les deux espaces touristiques :

- Agadir est bien placée (par rapport aux autres stations marocaines) sur les marchés européens et en particulier ceux qui sont les plus dynamiques. Ce qui est un signe de son succès.

- 38,4 % de ses nuitées reviennent aux Allemands et Scandinaves. Ces deux nationalités qui ont fait leur apparition au Maroc ces dernières années, constituent donc une part non négligeable de la clientèle de la ville.

Elles marquent l'espace touristique gadiri par le type de

tourisme qu'elles pratiquent et qui est basé sur le séjour balnéaire et la présence des «tour operator».

b) Le poids des «tour operator»

En 1977, le village du Club Méditerranée a hébergé 7,3 % des touristes qui ont visité la ville, soit 10,4 % des nuitées, alors qu'il ne disposait que de 600 lits. Les autres hôtels de la ville à partir de la catégorie des 3 étoiles sont tous plus ou moins liés aux grands «tour operator» européens. La part de la clientèle reçue dans le cadre d'un voyage organisé par une agence varie suivant les hôtels et les années entre 70 % et 100 %, les plus forts pourcentages étant enregistrés dans les 4 - 5 étoiles. Mais les hôtels de catégorie 3 étoiles peuvent fonctionner à 100 % avec des agences. On ne relève pas de relations continues entre un hôtel et une agence de voyage particulière. Au contraire, la diversification des contacts semble être de règle. Les négociations peuvent être menées par le représentant de l'agence qui est sur place ou qui se déplace à Agadir. Mais parfois le directeur d'hôtel effectue en Europe un voyage de prospection (26). La plupart des agences européennes sont présentes. A leur tête, on relève pour les agences françaises : Jet Tour et Touropa et pour les agences allemandes : Neckermann et Scharnow. D'autres agences traitent aussi avec les hôteliers d'Agadir : Airtour, Hotelplan (Suisse), Vingrisore, Spies (Scandinavie), mais les «tour operator» français et allemands dominent ce marché (80 % des clients de l'été 78 de l'un des hôtels 3 étoiles enquêtés étaient envoyés par Neckermann, alors que Jet Tour contrôlait la même proportion pour l'autre hôtel).

L'impression générale qui se dégage est que ces transactions se passent dans un climat de vive concurrence, exploité par les «tour operator» pour obtenir les

(26) En septembre 1978, lors de l'enquête auprès des hôteliers, plusieurs directeurs d'hôtels étaient en Europe pour préparer la saison d'hiver.

meilleurs prix (27). Les agences qui semblent les plus dures et les plus efficaces sont les agences scandinaves. Fortes de leur organisation et de leur concentration, les deux principales agences se présentent sur le marché sans se concurrencer entre elles et offrent des possibilités de remplissage pour toute l'année. Du coup, elles réclament des prix très bas. Par contre, les agences allemandes proposant des prix plus intéressants n'optent en général que pour la saison hivernale. Partagé entre ces deux interlocuteurs, l'hôtelier contracte souvent ses marchés avec les agences scandinaves, ce qui lui permet de rentabiliser des équipements collectifs qui fonctionnent toujours quel que soit le taux de remplissage de son hôtel (28). Au total et en se basant sur les déclarations des hôteliers interviewés, on peut estimer à 85 % les touristes

arrivés à Agadir dans le cadre d'un voyage organisé.

Cette emprise des «tour operator» européens explique la présence en force des nationalités allemandes et scandinaves. Elle explique aussi l'importance à Agadir de l'accès par avion, ainsi que la place importante des vols charters. Alors que les entrées par air, pour tout le Maroc tournent autour de 46 % du total des entrées, les voyageurs arrivés à Agadir par avion constituent 57,6 % du total des touristes hébergés dans la ville (1976). 77,6 % des passagers entrés par voie aérienne ont été acheminés par des vols charters (77 575 passagers sur 99 904). Au total, ces vols charters contrôlent 44,7 % du total des touristes arrivés à Agadir et hébergés dans les hôtels, villages, campings et résidences (29).

2) - Une station fréquentée toute l'année

Comparée à la fréquentation touristique de tout le Maroc, celle d'Agadir apparaît mieux étalée et moins marquée par l'affluence estivale. Néanmoins, Agadir connaît deux saisons touristiques : l'une, principale, qui correspond à l'hiver-printemps et l'autre, secondaire, qui correspond à juillet-août.

a) La saison principale

Du mois d'octobre au mois d'avril, la fréquentation du

Maroc est très basse alors qu'Agadir reçoit 59 % de ses touristes (fig. 60). La pointe la plus prononcée se situe au mois de mars (11,5 %) qui est suivi par le mois d'avril (9 %). Cette répartition qui correspond à l'année 1977 est relevée aussi au cours de l'année 1978 pendant laquelle le mois de mars a concentré 10,8 % des nuitées. C'est pendant les mois de mars et d'avril que les hôtels de catégorie 4 - 5 étoiles et le Club Méditerranée enregistrent leurs plus forts pourcentages (fig. 60) ainsi que les plus forts taux de fréquentation (tableau 41).

	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
5 ét.	61,2	43,5	90,2	88,6	75,7	60,5	60,2	83,5	74,8	55,3	60,0	44,5	72,9
4 ét.	57,8	68,2	85,6	73,5	39,9	40,8	50,1	62,8	35,6	32,3	36,3	53,8	54,4
3 ét.	56,5	63,3	71,1	64,9	56,2	60,6	62,1	66,9	48,1	48,5	53,3	61,0	60,6
2 ét.	56,4	59,0	56,8	48,3	31,8	39,9	40,3	63,5	39,0	38,0	39,4	63,7	49,6
1 ét.	36,9	35,7	39,4	44,2	37,6	42,1	40,4	39,3	36,3	30,9	34,3	51,0	39,6
V.V.T.	54,9	84,7	84,7	91,2	79,8	58,0	70,7	90,8	74,7	68,2	43,1	44,2	69,7
Totaux	56,9	73,5	82,8	75,3	55,1	50,7	60,3	73,3	49,9	56,6	44,0	50,7	60,9

Tableau 41 - Taux de fréquentation à Agadir par mode d'hébergement et par mois (calculés à partir des statistiques du Ministère du Tourisme)

(27) Ceci a été avancé comme prétexte par les hôteliers pour justifier leur refus de déclarer les prix qu'ils consentent aux agences internationales de peur que l'hôtel concurrent, prenant connaissance de ces prix, n'abaisse légèrement les siens pour emporter la commande.

(28) Mais de manière générale les hôteliers se plaignent de ce choix qu'ils sont obligés de faire car le touriste scandinave - au dire de ces hôteliers - est peu dépensier en extras et se contente d'utiliser au maximum les possibilités que lui offre son «voyage» acheté dans son pays de départ.

(29) Chiffres pour 1976 recueillis auprès de l'Aéroport d'Agadir.

Fig. 60 - Fréquentation d'Agadir par mode d'hébergement

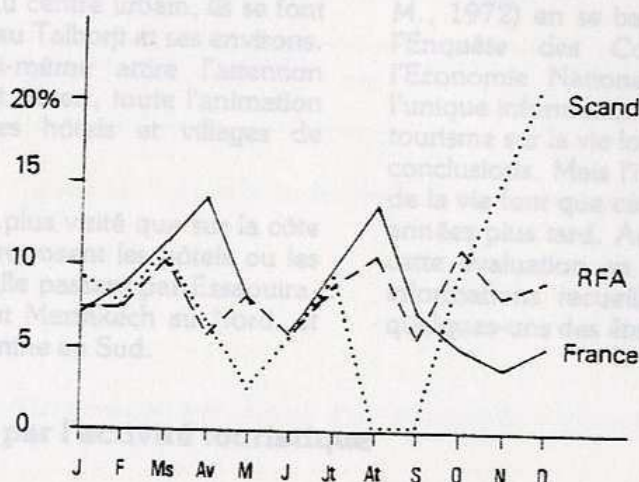
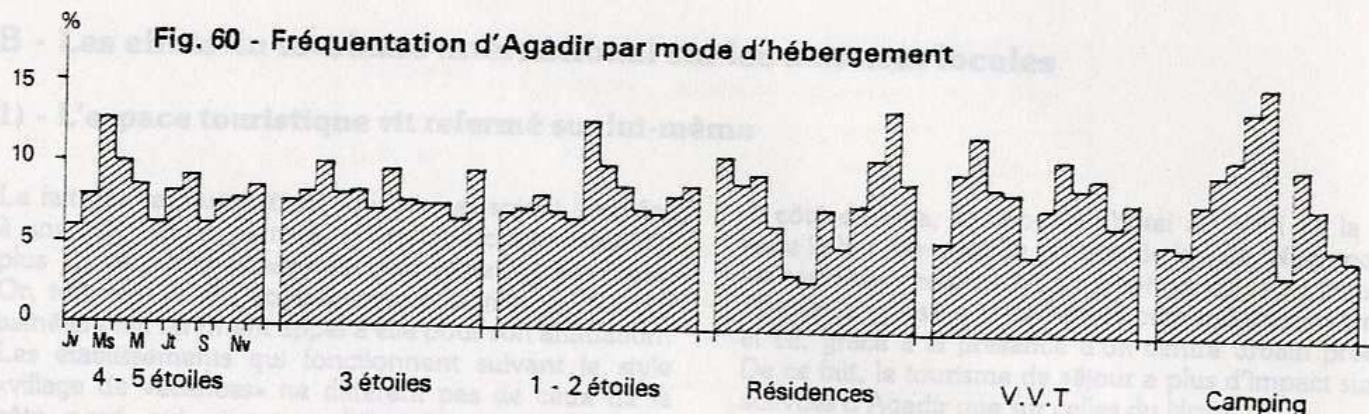


Fig. 61 - Fréquentation d'Agadir par nationalité

Cet afflux de touristes vers Agadir pendant les mois creux de la côte Nord s'explique avant tout par le poids des nouvelles nationalités qui s'ajoutent à des déplacements des Français vers Agadir plus fréquents en hiver et au printemps (fig. 61). Ainsi 55 % des nuitées allemandes se situent d'octobre à mars avec une pointe pour ce dernier mois (10,2 %). Ils fournissent 20 % du total des nuitées du mois de mars et 28 % de celles du mois d'octobre. Les Scandinaves ont consommé 21,9 % de leurs nuitées de l'année pendant le mois de décembre et ont fourni 30,2 % du total des nuitées de la ville au cours de ce mois.

Si les Français sont faiblement représentés pendant les mois d'octobre, novembre et décembre, ils ont concentré 25 % de leurs nuitées pendant les mois de mars-avril (vacances de Pâques). Mais si cette clientèle marque peu la fréquentation hivernale et printanière d'Agadir, sa présence explique en partie la pointe de la saison estivale.

b) La saison estivale

Bien que moins prononcée que celle du reste du Maroc, la saison estivale existe pour Agadir. Elle correspond aux mois de juillet-août qui ont totalisé 18,2 % du total des nuitées de 1977. Ceci est dû à l'arrivée des Français d'une part et à la présence des touristes nationaux d'autre part. En effet, les vacanciers

français ont fourni 40,4 % du total des nuitées du mois d'août.

Le poids du tourisme intérieur apparaît quand on examine la courbe de la fréquentation mensuelle du camping et des hôtels 1 - 2 étoiles. Dans ces deux modes d'hébergement, les mois de juin et juillet connaissent une fréquentation élevée alors que le mois d'août enregistre une forte chute (fig. 60). Or, comme on l'a souligné plus haut, ce mois d'août ayant coïncidé avec le mois du Ramadan a connu peu de déplacements des nationaux. Ce qui est un signe de la forte fréquentation de ces deux modes d'hébergement par le tourisme intérieur.

Ainsi, si la fréquentation saisonnière de la ville d'Agadir par les touristes est à opposer à celle de la côte nord, il faut noter que cette station ne connaît pas une véritable saison morte. Le flux des touristes ne s'arrête pas et on ne relève pas de fermetures hôtelières comme sur la côte méditerranéenne. Ceci se traduit par les taux de fréquentation qui sont élevés durant toute l'année et spécialement dans les modes d'hébergement fréquentés par le tourisme international (tableau 41).

Cet afflux croissant au fil des années et soutenu au cours de toute l'année a-t-il des incidences plus bénéfiques sur la côte méditerranéenne ?

B - Les effets du tourisme international sur les activités locales

1) - L'espace touristique vit refermé sur lui-même

Le fait que les installations touristiques soient accolées à une ville devrait se traduire par une communication plus étroite entre celles-ci et son secteur touristique. Or, tournant le dos spatialement à la ville, le quartier balnéaire fait rarement appel à elle pour son animation. Les établissements qui fonctionnent suivant le style «village de vacances» ne diffèrent pas de ceux de la côte nord qui vivent repliés sur eux-mêmes. En traversant la ville de la côte vers l'Est, on remarque une baisse rapide de la présence des touristes. Nombreux dans les cafés et les bazars du centre urbain, ils se font très vite rares dans le Nouveau Talborjt et ses environs. Le quartier touristique lui-même attire l'attention quelques fois par son aspect désert, toute l'animation étant confinée au sein des hôtels et villages de vacances.

Par contre, l'arrière-pays est plus visité que sur la côte Nord. Les excursions que proposent les hôtels ou les nombreuses agences de la ville passent par Essaouira, Immouzer, Ida ou Tanane et Marrakech au Nord, et Tafraoute, Amtoudi et Coulimine au Sud.

A côté de cela, le séjour à l'hôtel au bord de la mer reste le but principal de la visite de la ville. Néanmoins, les touristes circulent plus en dehors de leurs lieux de résidence qu'ils ne le font sur la côte méditerranéenne, et ce, grâce à la présence d'un centre urbain proche. De ce fait, le tourisme de séjour a plus d'impact sur les activités d'Agadir que sur celles du Nord.

En 1972, une première évaluation des répercussions du tourisme sur les activités locales a été faite (PÉRÉ M., 1972) en se basant en partie sur les données de l'Enquête des Conséquences du Tourisme sur l'Economie Nationale. Ces données étant toujours l'unique information disponible pour cerner le poids du tourisme sur la vie locale, on ne peut que reprendre ces conclusions. Mais l'inflation et l'augmentation du coût de la vie font que cette évaluation n'est plus valable six années plus tard. Aussi, on essaiera de mettre à jour cette évaluation en se basant essentiellement sur les informations recueillies lors de l'enquête auprès de quelques-uns des établissements hôteliers.

2) - Les emplois induits par l'activité touristique

a) Les emplois directs : l'hôtellerie

En se basant sur l'échantillon d'hôtels enquêtés, on peut estimer le total des employés de l'hôtellerie d'Agadir à 3 800 personnes. Ces emplois ont donc connu un accroissement de 100 % environ entre 1971 et 1978, alors que le total des employés de l'hôtellerie marocaine a augmenté de 30 % entre les deux dates (30). En 1972, ce secteur employait à Agadir 12 % de la population active contre 20 % pour l'industrie du traitement de poisson et 14 % pour le commerce. C'est donc une activité qui est bien placée au sein des autres fonctions de la ville. Avec l'augmentation du nombre des employés dans l'hôtellerie, ce secteur touche sans doute plus d'actifs en 1978.

- Le nombre d'emplois par chambre augmente avec la taille et la catégorie de l'hôtel (0,3 pour 2 étoiles, 0,7 pour un 3 étoiles, 0,8 pour un 4 étoiles et 1,04 pour un 5 étoiles).

- La station d'Agadir ne connaissant pas de fermeture d'établissements au cours d'une saison morte qui n'existe pratiquement pas, le nombre des employés saisonniers est très faible comparé à celui relevé sur la côte méditerranéenne. Une partie du personnel du Club Méditerranée est déplacée dans les villages du Nord pendant la saison estivale, alors que les hôtels de catégorie de luxe font appel à un supplément de personnel d'exécution pendant les mois de forte

demande touristique.

- Si la gestion étrangère est relativement faible par rapport au Nord, les établissements touristiques font souvent appel à un personnel étranger pour la direction. Sur les sept établissements visités, cinq avaient des étrangers (2 Français, 1 Autrichien et 2 Italiens) aux postes de direction. Le village du Club Méditerranée utilise le plus grand nombre d'employés étrangers comme c'est le cas dans les stations du Nord.

- Si les étrangers sont tous employés aux tâches de direction et d'animation, les Marocains qui dirigent ou animent des hôtels sont tous étrangers à la région. Comme le montre la figure 62, et en se basant sur les déclarations des hôteliers, environ 10 % des employés des hôtels de l'échantillon enquêté ne sont pas originaires d'Agadir. 7 % seulement proviennent des régions éloignées du Nord. La plupart d'entre eux arrivent du Nord de la province de Tanger et Tetouan, où l'activité touristique relativement ancienne, a donné naissance à un personnel qualifié et où l'aspect saisonnier et les difficultés que connaît le secteur touristique suscitent des déplacements vers Agadir. Ensuite, arrivent les provinces de Casablanca, de Marrakech et d'Essaouira en tant que régions de départ des salariés de l'hôtellerie vers Agadir. Mis à part le personnel qualifié qui se déplace vers Agadir à la recherche d'un emploi stable et mieux rémunéré, la

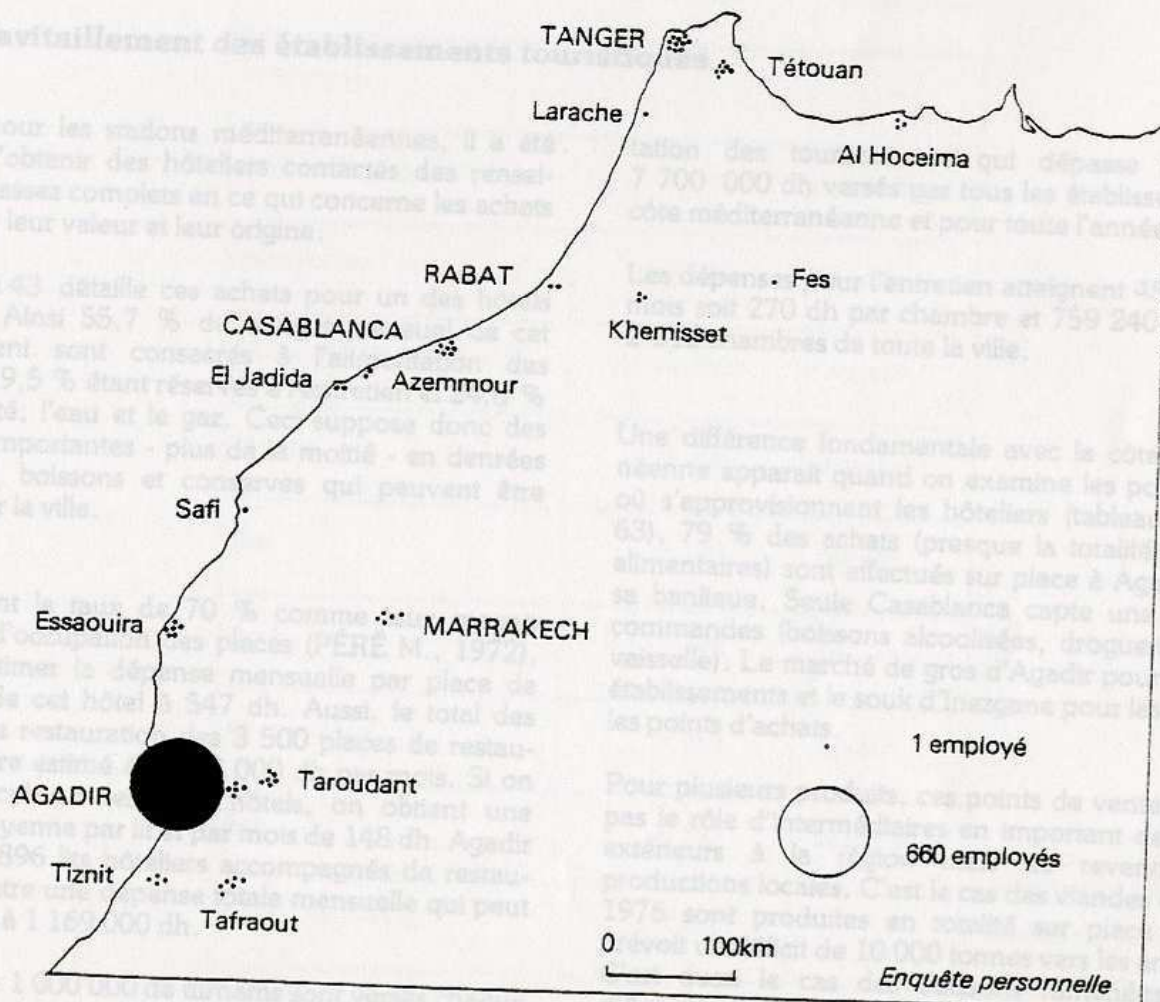
(30) L'estimation de 1971 est due à M. PÉRÉ (1972) et celle de 1978 est basée sur les coefficients de l'enquête de 1972

Catégories	nombre de chambres	total des employés	employés permanents	employés marocains
5 étoiles	240	250	240	242
4 étoiles	168	145	145	143
3 étoiles	84	65	65	63
1-2 étoiles	49	6	6	5
V.V.T.	600	360	360	280
Total	1 141	826	816	733

Tableau 42 - Les salariés des établissements touristiques enquêtés

Source: Enquête personnelle, 1978

Fig. 62 - Origine des employés d'un échantillon d'hôtels d'Agadir



plupart du personnel d'exécution étranger à Agadir y est venu à la recherche de n'importe quel emploi.

Mais la majorité écrasante du personnel d'exécution est originaire d'Agadir et de ses alentours (92 %). Une partie de ces salariés vient de l'Anti Atlas et du Haut Atlas occidental, mais c'est sûrement le cas de la majorité qui déclare être originaire d'Agadir.

Ainsi, Agadir rappelle par certains côtés les stations du Nord : importance du recrutement local pour le personnel d'exécution et appel aux cadres supérieurs et moyens partout où ils sont, ce qui entraîne des aires de recrutement nationales. Mais une différence fondamentale réside dans l'importance du personnel temporaire sur la côte méditerranéenne et sa faiblesse à Agadir, ainsi que la faiblesse relative du personnel étranger à Agadir. De ce fait, le tourisme à Agadir semble avoir plus d'impact dans le domaine de l'emploi.

b) Les emplois indirects

Ils sont plus nombreux à Agadir que sur la côte méditerranéenne du fait de la présence d'une vie urbaine. En effet, taxis, agences de voyages, cafés, restaurants et bazars sont absents sur la côte Nord mais bien implantés à Agadir. Cependant, ces emplois indirects sont très difficiles à préciser dans la mesure où ils ne répondent pas uniquement aux besoins de l'activité touristique.

3) - Le ravitaillement des établissements touristiques

Comme pour les stations méditerranéennes, il a été possible d'obtenir des hôteliers contactés des renseignements assez complets en ce qui concerne les achats des hôtels, leur valeur et leur origine.

Le tableau 43 détaille ces achats pour un des hôtels enquêtés. Ainsi 55,7 % du budget mensuel de cet établissement sont consacrés à l'alimentation des touristes, 19,5 % étant réservés à l'entretien et 24,8 % à l'électricité, l'eau et le gaz. Ceci suppose donc des dépenses importantes - plus de la moitié - en denrées périssables, boissons et conserves qui peuvent être fournies par la ville.

Si on retient le taux de 70 % comme taux moyen maximum d'occupation des places (PÉRÉ M., 1972), on peut estimer la dépense mensuelle par place de restaurant de cet hôtel à 547 dh. Aussi, le total des dépenses de restauration des 3 500 places de restaurant peut être estimé à 1 340 000 dh par mois. Si on base le calcul sur les lits d'hôtels, on obtient une dépense moyenne par lit et par mois de 148 dh. Agadir totalisant 7 896 lits hôteliers accompagnés de restaurants enregistre une dépense totale mensuelle qui peut être évaluée à 1 169 000 dh.

Ainsi plus de 1 000 000 de dirhams sont versés chaque mois par les hôteliers et restaurateurs dans le circuit commercial de la région, uniquement pour l'alimen-

Un millier de personnes travaillent de façon presque permanente sur les chantiers en cours. La SONABA a employé à elle seule durant l'année 1978 entre 500 et 700 ouvriers sur les chantiers de viabilisation de l'unité de Founty. Son personnel permanent de l'administration et de la direction des chantiers est de 35 personnes. Treize agences de voyages organisent des excursions pour le compte des hôtels ou à l'intention des touristes directement et font travailler 157 personnes dont 35 pour la seule Holiday Service et sans compter le personnel roulant de sa filiale, la S.M.D.T.T. Cette grande agence touche en moyenne 1800 clients par semaine et a organisé des excursions pour 95 000 touristes pour les saisons 1977-1978. Il faut ajouter à cela une trentaine d'agences de location de voitures et de motos qui emploient 63 personnes.

Quarante trois restaurants indépendants des hôtels et implantés dans le centre urbain et dans le Talborjt ont besoin de 380 personnes en pleine saison, et 100 bazars utilisent 279 personnes (employés permanents et vendeurs occasionnels). Si l'on ajoute à tous les métiers qui tournent autour du tourisme, les chauffeurs de taxis, les marchands ambulants de plus en plus nombreux comme dans les villes-étapes, les conducteurs de dromadaires (au nombre de 8) qu'on rencontre sur la plage, au nord d'Agadir, ou sur l'emplacement de la Kasbah, on se rend compte que le tourisme suscite un grand nombre d'activités qu'on ne rencontre pas sur la côte vide de la méditerranée occidentale.

tation des touristes, ce qui dépasse de loin les 7 700 000 dh versés par tous les établissements de la côte méditerranéenne et pour toute l'année.

Les dépenses pour l'entretien atteignent 45 500 dh par mois soit 270 dh par chambre et 759 240 dh pour les 2 812 chambres de toute la ville.

Une différence fondamentale avec la côte méditerranéenne apparaît quand on examine les points d'achat où s'approvisionnent les hôteliers (tableau 43 et fig. 63), 79 % des achats (presque la totalité des achats alimentaires) sont effectués sur place à Agadir et dans sa banlieue. Seule Casablanca capte une partie des commandes (boissons alcoolisées, droguerie, linge et vaisselle). Le marché de gros d'Agadir pour les grands établissements et le souk d'Inezgane pour les petits sont les points d'achats.

Pour plusieurs produits, ces points de vente ne jouent pas le rôle d'intermédiaires en important des produits extérieurs à la région mais de revendeurs des productions locales. C'est le cas des viandes qui depuis 1976 sont produites en totalité sur place (mais on prévoit un déficit de 10 000 tonnes vers les années 80). C'est aussi le cas des boissons ramenées du port d'Agadir et qui alimentent même les villages des clubs du Nord. La forte consommation du poisson par les hôtels a fait baisser la part qui était expédiée vers

Achats	dépenses en dirhams	origine
Viandes, poissons	35 000	Agadir
Fruits, légumes	4 500	Agadir
Oeufs	2 800	Agadir
Fromage, beurre	2 000	Agadir
Boissons alcoolisées	5 000	Casablanca
Boissons non alcoolisées	1 500	Agadir
Conserves	3 500	Agadir
Autres	3 000	Agadir
Total alimentation	57 300	
Droguerie	2 500	Casablanca
Linge, vaisselle	1 500	Casablanca
Artisanat	-	-
Imprimerie, papeterie	4 000	Agadir
Entretien	5 000	Agadir
Blanchisserie	4 000	Agadir
Divers	3 000	Agadir
Eau	4 000	Agadir
Fuel	10 000	Casablanca
Electricité	9 000	Agadir
Gaz	2 500	Casablanca
Total entretien	45 500	
Total		102 800

Tableau 43 - Ravitaillement mensuel d'un hôtel d'Agadir (4 étoiles, 336 lits, 168 chambres, 130 places de restaurant)

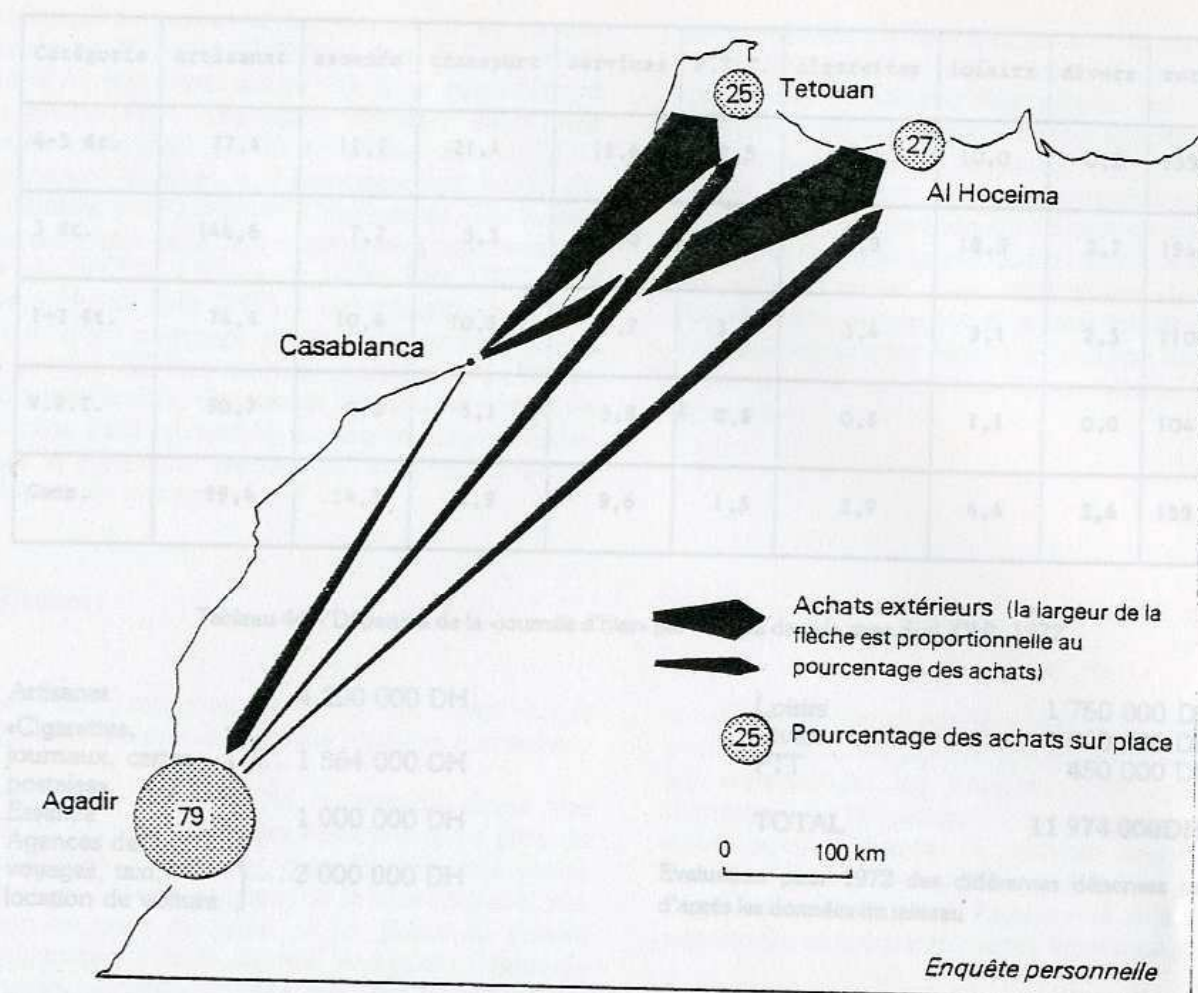


Fig. 63 - Origine de l'approvisionnement de trois établissements

Casablanca de 80 % à 16 % (PÉRÉ M., 1972).

Une laiterie locale qui fonctionne depuis mars 1976 en ramassant le lait produit par les éleveurs le long de la vallée du Souss et en employant 135 personnes couvre les besoins des hôteliers et de toute la province en lait et dérivés. Dans la ville et sa banlieue, une dizaine d'éleveurs couvrent aussi les besoins de la consommation locale en poulets et œufs.

4) - Les dépenses des touristes

On a déjà relevé le fait que les touristes étrangers d'Agadir, bien que repliés sur le secteur hôtelier, fréquentent plus souvent les environs immédiats que ceux de la côte Nord. Ceci se traduit par une demande touristique en biens et services qui se dirige essentiellement vers le centre urbain. Bien que probablement dépassées, on utilisera ici les données sur les dépenses de «la journée d'hier» de l'Etude des Conséquences du Tourisme sur l'Economie Nationale de 1972. En partant de l'idée que les dépenses dans l'hôtellerie quittent souvent la région, on ne retiendra que les postes de dépenses autres que l'hébergement et la restauration qui se situent souvent au sein de l'hôtel. Outre qu'ils sont dépassés, ces chiffres présentent l'inconvénient d'englober la zone de Marrakech et du

En 1972, M. PÉRÉ évaluait à 700 000 dh par mois le montant des achats sur place, sur un total de 800 000 dh, soit 87,5 %. Cette estimation n'est pas loin de celle faite à partir de notre exemple étudié. Aussi, peut-on avancer que désormais chaque année, le secteur «hôtellerie» injecte dans le circuit commercial d'Agadir entre 14 et 16 millions de dirhams pour les seules dépenses en alimentation, auxquels il convient d'ajouter 9 000 000 de dirhams pour l'entretien.

Sud où le tourisme présente d'autres particularités. Aussi, on ne les donne ici qu'à titre indicatif (tableau 44), sans les rapporter à la fréquentation de 1977 car les prix des différents postes ont augmenté depuis (essence) et à des rythmes différents.

Si on se rappelle que cette évaluation des dépenses a été faite sur la base de 75 500 touristes qui ont visité Agadir, et qu'en 1977 cette ville en a reçu 211 300 avec 1 222 346 nuitées, alors qu'en 1978 elle a totalisé 1 300 000 nuitées, on peut imaginer l'importance de la masse monétaire qui est versée dans les activités commerciales et de services du centre urbain et qu'il faut ajouter aux autres dépenses des hôteliers.

Catégorie	artisanat	essence	transport	services	P.T.T.	cigarettes	loisirs	divers	total
4-5 ét.	77,4	11,7	21,4	12,6	2,5	4,1	10,0	0,2	139,9
3 ét.	146,6	7,7	5,2	1,0	5,7	6,9	18,9	2,7	194,7
1-2 ét.	74,4	10,4	10,8	1,7	3,9	3,4	3,1	2,5	110,2
V.V.T.	90,7	0,0	5,1	5,8	0,3	0,8	1,1	0,0	104,3
Camp.	99,4	14,3	2,9	9,6	1,5	2,9	6,4	2,6	139,0

Tableau 44 - Dépenses de la «journée d'hier» par touriste dans la zone Sud (DH), 1972

Artisanat	4 200 000 DH
«Cigarettes, journaux, cartes postales»	1 564 000 DH
Essence	1 000 000 DH
Agences de voyages, taxi, location de voiture	2 000 000 DH

Loisirs	1 760 000 DH
Divers	1 000 000 DH
PTT	450 000 DH

TOTAL 11 974 000DH

Evaluation pour 1972 des différentes dépenses par M. PÉRÉ - d'après les données du tableau -

Néanmoins, les répercussions du tourisme sur la ville d'Agadir et sa banlieue ne sont pas uniquement positives. Si l'on ne dispose pas d'éléments précis pour apprécier l'impact social et les modifications des

comportements des habitants qui sont en contact avec les touristes on peut signaler certains dangers qui ne sont pas encore apparents. C'est le cas notamment des disponibilités en eau.

5) - Le problème foncier et le problème de l'eau

L'aménagement du «secteur touristique et balnéaire» de la ville n'a pratiquement pas posé de problèmes fonciers. Tous les terrains relevaient du domaine forestier jusqu'en 1972, année à partir de laquelle ils ont été déclassés et se sont retrouvés terrains domaniaux. Les prochaines extensions de la Baie d'Agadir risquent d'entrer en conflit avec une occupation foncière assez importante (31). Des acquisitions de terrains privés sont prévues mais les intéressés sont très attachés à leur terre et préfèrent des formules d'association. Si la majorité des terrains appartiennent aux Eaux et Forêts, le problème des personnes ayant l'usufruit de ces terrains va se poser.

Mais le problème qui va se poser avec le plus d'acuité

dans les années à venir est celui de l'eau. Les disponibilités en eau de la plaine du Souss ont toujours été limitées à des écoulements souterrains déjà surexploités par les motopompes des plantations d'agrumes et des maraîchages de la vallée. La nappe phréatique est exploitée à raison de 150 millions de m³ par an soit une surexploitation de 60 millions de m³. La ville d'Agadir est ravitaillée en eau potable par différents forages à proximité et sur les rives de l'oued Souss qui lui fournissent 530 l/s environ (32). Or, à l'augmentation de la population urbaine viennent s'ajouter les besoins en eau du secteur touristique. Ceux-ci sont très élevés si l'on songe aux piscines qui équipent chaque grand hôtel et aux vastes jardins dont l'entretien nécessite de grandes quantités d'eau.

(31) Dans les zones qui doivent recevoir les projets de la SONABA, la répartition de la propriété foncière est la suivante:

Forêts	722 ha	73,5 %
Domaines	28 ha	2,9 %
Immatriculé	86 ha	8,8 %
Collectif	71 ha	7,2 %
Melk	75 ha	7,6 %
TOTAL	982 ha	100,0 %

D'après l'Etude Préliminaire pour l'aménagement de la Baie d'Agadir.

(32) Ressources en Eau du Maroc Tome 3, Domaine atlasique et sud-atlasique, Notes et Mémoires du Service Géologique, 1977

La consommation moyenne par touriste et par jour se situe autour de 300 litres (200 litres dans le Club Méditerranée d'Al Hoceima contre 90 litres par habitant pour la même ville). Un grand «village» de la ville consomme entre 380 et 400 m³ d'eau par jour (33). Aussi peut-on évaluer la consommation totale du secteur hôtelier à 390 000 m³ d'eau par an. De ce fait, les besoins en eau de la ville augmentent rapidement : 390 l/s en 1977 et 710 l/s en 1985. Dès 1980, une nouvelle adduction de 300 l/s viendra s'ajouter. Elle proviendra d'un pompage dans la nappe libre très à l'Est de la ville (40 km) ou bien du barrage de l'oued Issen en construction. Ce dernier barrage est conçu de plus en plus pour alimenter la ville en eau potable, alors que le périmètre des Ouled Teima où la nappe baisse depuis dix ans est en péril.

Conclusion

L'examen du fonctionnement de ces deux types d'espaces nous permet de dégager les idées suivantes :

- **L'implantation de l'activité touristique dans une région donnée peut avoir des répercussions plus ou moins positives.** Après tout, c'est l'activité touristique qui a permis le désenclavement de la côte rifaine et son intégration au reste du pays, et ce, grâce au réseau routier nécessaire à cette activité. A Agadir, l'essor de la ville après sa reconstruction ne peut s'expliquer si l'on ne fait pas appel au tourisme.

- Mais la greffe du tourisme ne «prend» pas toujours. **Sur la côte méditerranéenne, la région, qui héberge les installations touristiques semble peu profiter de ce secteur économique.** L'implantation de cette activité nouvelle dans un pays vide n'a pas connu les contraintes d'une agglomération ou d'une vie rurale préexistante avec laquelle elle risquait d'entrer en conflit comme ce fut le cas dans plusieurs autres régions tel le littoral tunisien (SETHOM H., 1976). Mais le tourisme qui est toujours présenté par ses promoteurs comme un secteur créateur d'emplois directs et indirects et stimulant les économies locales ne joue pas ce rôle ici et semble peu intégré à la région. L'effort de l'Etat en matière d'investissements n'a entraîné aucune initiative locale et les capitaux restent en majorité étrangers à la région. Les moyens de décision quant au remplissage des établissements sont concentrés entre les mains des «tour operator» et des organisateurs de voyages qui se contentent d'une exploitation estivale sans aucun effort d'étalement de la saison. Les établissements touristiques enfin, y compris ceux gérés par des chaînes nationales, s'adressent pour leurs achats à d'autres régions qui couvrent l'essentiel de leurs besoins. De ce fait, ces stations sont peu intégrées économiquement à leur environnement.

- A Agadir, le lancement de l'activité touristique ayant accompagné la relance de la ville après le séisme a suscité plus d'intérêt auprès des *gadiris* qui contrôlent une bonne partie des investissements. Cette station

En conclusion, il faut insister sur les retombées assez nettes du tourisme sur l'économie locale de la capitale du Souss. Aussi bien au niveau de l'emploi dans l'hôtellerie et des autres emplois induits qu'au niveau du commerce et des services, l'activité «tourisme» se révèle comme un facteur d'entraînement. Mais des champs de concurrence sont à prévoir dans les années à venir si l'activité touristique continue à se développer au rythme actuel. **Les retombées du tourisme à Agadir sont à opposer à la non intégration de cette activité sur la côte Nord** où la région ne tire pratiquement rien de substantiel d'une activité qui demeure étrangère.

fonctionnant toute l'année a besoin de plus d'employés permanents. L'implantation étant «accollée» à une ville, les «retombées» du tourisme sont sensibles sur le commerce et les services ; la région fournit un grand effort pour alimenter le secteur touristique et tire bénéfice de ce dernier. De ce fait, on peut dire que **l'activité touristique à Agadir est mieux intégrée à son environnement du moins économiquement.**

Le schéma de la figure 64 reprend certains paramètres considérés ici pour mesurer le degré de cette intégration, on constate que la «silhouette» du schéma d'Agadir est plus tassée et comporte de rares crêtes. Quant à celle de la côte méditerranéenne, son volume suggère des stations tournées complètement vers l'extérieur soit vers d'autres régions du pays soit totalement vers l'étranger.

- Un autre signe d'intégration ou non et qui n'est pas quantifiable doit être mentionné. Il s'agit de la perception de cet espace touristique par les habitants de cette région. Sur la côte méditerranéenne, les contacts entre la population locale et les touristes sont limités au sein des établissements de séjour. Les quelques jeunes qui ont été interviewés sont peu contents de leurs situations. Pour eux le village est un lieu où se réunissent des Européens très riches et qu'ils doivent servir. Le sentiment d'infériorité est ressenti aussi face à l'étalement d'une certaine richesse comparée à la pauvreté et surtout au salaire dérisoire touché par ces employés. Il est présent aussi dans les relations existantes entre le jeune employé marocain et son chef hiérarchique ou Directeur du village qui est étranger. Souvent ce qui retient ces jeunes dans un travail temporaire, c'est la possibilité d'obtenir un contrat de travail à l'étranger par l'intermédiaire du directeur. Ceux parmi ces employés qui réussissent en obtenant une promotion (on compte quelques «gentils organisateurs» marocains) sont considérés comme des agents serviles. Enfin certaines attitudes et comportements de touristes féminins, naturels dans leur contexte européen, sont ici perçus comme provocants dans une

société de frustrations sexuelles.

En fin de compte, l'espace touristique est perçu comme différent et étranger et parfois spoliateur puisqu'on a relevé une expropriation pour « utilité publique ! » du terrain nécessaire à l'installation du centre de Cabo Negro, et ce, au profit de la Société Africaine du Tourisme (34).

A Agadir, les touristes et toute l'atmosphère qu'ils véhiculent sont perçus par plus de catégories sociales. Plusieurs personnes d'un certain âge, aussi bien à la campagne qu'en ville, estiment que certains comportements notamment vestimentaires heurtent les convenances qui sont conformes aux traditions. Ils s'inquiètent de l'influence effective des touristes sur une certaine jeunesse. Par contre, commerçants, fonctionnaires et cadres voient le tourisme d'un bon œil pour ses apports en emplois et en perspectives de vente. Mais la recherche de contacts humains de la part des habitants est limitée aux jeunes qui, le plus souvent, sont à la recherche de rapports vénéux avec

le touriste. Dans la campagne avoisinante (notamment à Arhoud, Tarhazout et Tamhart) l'espace touristique de la ville est considéré par les adultes comme le principal attrait pour les jeunes qui quittent facilement des activités considérées comme pénibles (pêche artisanale) à la recherche d'une activité moins dure, d'un revenu régulier et d'une certaine valorisation sociale.

Ainsi, tout en exerçant une certaine attraction sur les jeunes, l'espace touristique est perçu avec inquiétude par les adultes qui n'en tirent pas profit et qui y voient un facteur de bouleversement de leur mode de vie : « Certaines personnes - en zone rurale en particulier - bien qu'admettant la présence du tourisme et conscients de son importance économique souhaitent préserver leur cadre de vie traditionnel » (35).

Au total, si le degré d'intégration économique du tourisme varie d'une région à l'autre, son intégration spatiale, architecturale et sociale est loin d'être réalisée.

(34) Bulletin Officiel du 2 janvier 1974 page 5

(35) Etude Préliminaire pour l'Aménagement de la Baie d'Agadir, 1973

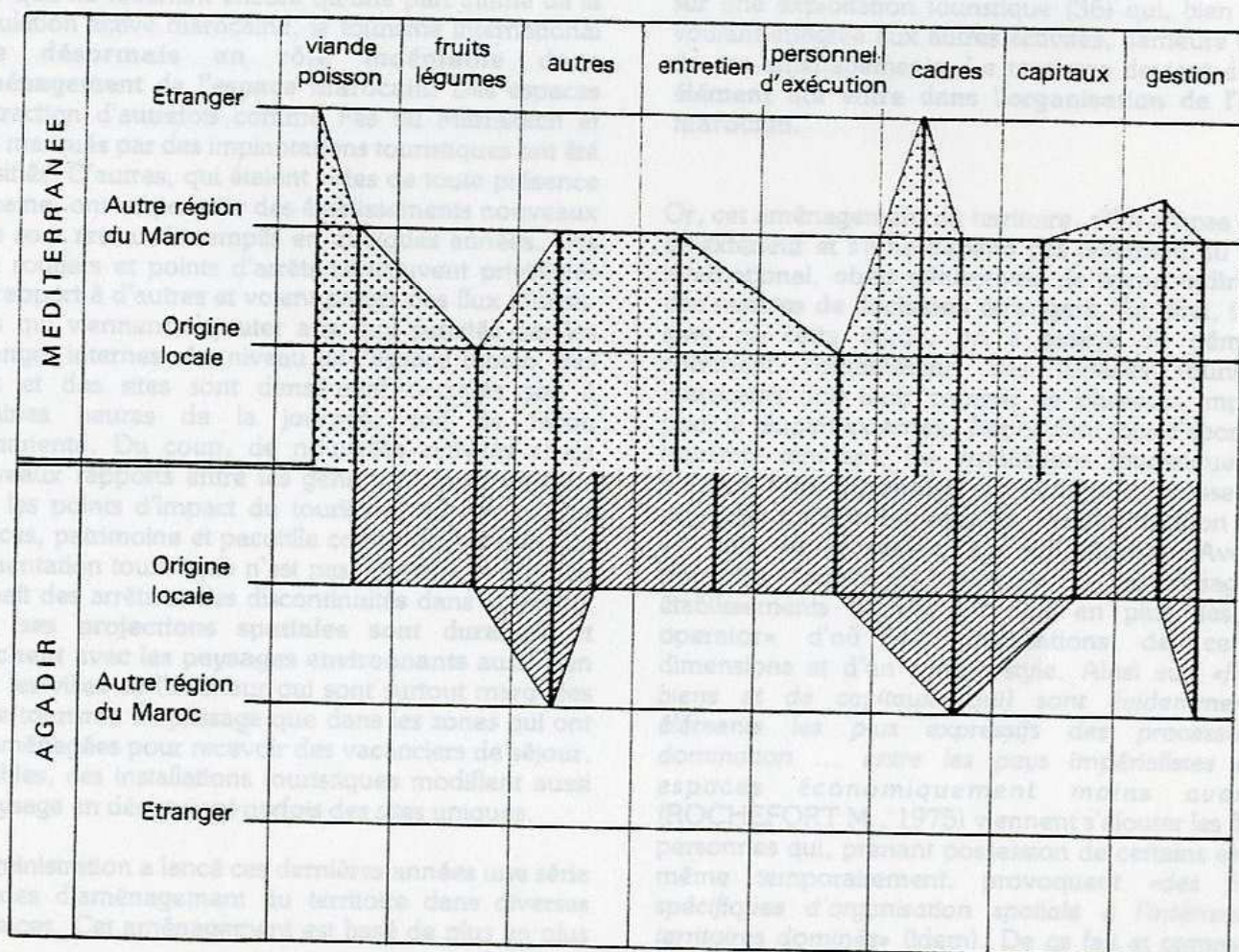


Fig. 64 - Quelques données pour apprécier l'intégration du tourisme à la région

l'est passé dans d'autres pays, toute parcelle qui répond aux motivations touristiques de l'heure est

incorporée à un espace qui en est plus un lieu d'usage (impl.) une marchandie (ISNARD H., 1973).

2 - Les espaces touristiques sont de véritables kystes dans les régions qui les reçoivent

Les implantations touristiques de l'intérieur qui sont dues avant tout au tourisme de masse, sont de plus en plus présentes dans le paysage ou moins dans le paysage. Elles tranchent avec leur environnement. Quant aux espaces touristiques de séjour, par leur aspect extérieur et leur activité, ce sont de véritables milieux étrangers à la région qui les héberge. Ils y sont étrangers aussi dans la mesure où cette région n'en tire pas grand profit, excepté pour employer quelques-uns de ses chômeurs à des tâches d'entretien et de parfois temporaire. Cette conclusion est à nuancer dans la mesure où le tourisme peut dans certains cas - comme à Agadir - jouer le rôle de pôle de développement. Mais cet exemple peut être difficilement généralisé à tout le Maroc. Au Nord, la côte méditerranéenne

projections spatiales doivent désormais être pris en compte. En effet, les découpages géographiques du Maroc en régions homogènes qui étaient basés avant tout sur les grandes unités de relief puis sur la diversité du monde rural sont déjà dépassés.

En 1974, le découpage a été remanié par l'introduction de la distribution du fait urbain (BÉGIN H., 1974). En 1975, le nord du Maroc a été découpé en «régions commerciales» (TROIN J.P., 1975). Avec la multiplication des «centres» touristiques, il convient de faire intervenir un nouveau facteur de polarisation pour certaines régions.

1 - Le tourisme contribue désormais à coté des autres activités à l'aménagement de l'espace marocain

Bien que ne touchant encore qu'une part infime de la population active marocaine, le tourisme international joue désormais un rôle indéniable dans l'aménagement de l'espace marocain. Des espaces d'attraction d'autrefois comme Fes ou Marrakech et déjà marqués par des implantations touristiques ont été densifiés. D'autres, qui étaient vides de toute présence humaine, ont vu pousser des établissements nouveaux et se sont retrouvés remplis en quelques années. Des axes routiers et points d'arrêts se trouvent privilégiés par rapport à d'autres et voient passer des flux touristiques qui viennent s'ajouter aux flux suscités par les échanges internes. Au niveau de l'espace urbain, des lieux et des sites sont densément occupés soit à certaines heures de la journée, soit de façon permanente. Du coup, de nouvelles activités et de nouveaux rapports entre les gens sont apparus dans tous les points d'impact du tourisme, où l'on troque services, patrimoine et pacotille contre des devises. La fréquentation touristique n'est pas continue et son flux connaît des arrêts et des discontinuités dans le temps. Mais ses projections spatiales sont durables et tranchent avec les paysages environnants aussi bien dans les villes de l'intérieur qui sont surtout marquées par le tourisme de passage que dans les zones qui ont été aménagées pour recevoir des vacanciers de séjour. Durables, ces installations touristiques modifient aussi le paysage en dénaturant parfois des sites uniques.

L'administration a lancé ces dernières années une série d'études d'aménagement du territoire dans diverses provinces. Cet aménagement est basé de plus en plus

sur une exploitation touristique (36) qui, bien que se voulant intégrée aux autres activités, demeure le pivot de ces aménagements. Le tourisme devient donc un élément qui entre dans l'organisation de l'espace marocain.

Or, cet aménagement du territoire, s'il n'est pas décidé à l'extérieur et s'il ne dépend pas tellement du capital international, obéit néanmoins de façon indirecte à des centres de décisions étrangers. En effet, tout au long de cette étude, on a essayé de démontrer comment l'organisation des espaces touristiques marocains doit tenir compte de plusieurs impératifs pour la plupart externes. Répondant tout d'abord à un tourisme itinérant, les installations touristiques sont diffuses. Mais l'apparition du tourisme de masse et des nouvelles nationalités entraîne une densification qui est en train de se réaliser sur les littoraux. Avec ces nouvelles formes de tourisme, le remplissage des établissements dépend de plus en plus des «tour operator» d'où des installations de certaines dimensions et d'un certain style. Ainsi aux «flux de biens et de capitaux (qui) sont évidemment les éléments les plus expressifs des processus de domination ... entre les pays impérialistes et les espaces économiquement moins avancés» (ROCHEFORT M., 1975) viennent s'ajouter les flux de personnes qui, prenant possession de certains espaces même temporairement, provoquent «des formes spécifiques d'organisation spatiale à l'intérieur des territoires dominés» (idem). De ce fait et comme ceci

(36) Voir le concours lancé par le Ministère de l'Urbanisme, de l'Habitat, du Tourisme et de l'Environnement en 1975 pour les études d'aménagement touristique des régions de Sidi Ifni, Beni Mellal, Al Hoceima, Oujda-Saidia-Nador, Errachidia, Fes-Meknès, Tanger-Larache, Tetouan-Restinga-Smir, Ouarzazate.

s'est passé dans d'autres pays, toute parcelle qui répond aux motivations touristiques de l'heure est

incorporée à un espace qui *«n'est plus un bien d'usage (mais) une marchandise»* (ISNARD H., 1978).

2 - Les espaces touristiques sont de véritables kystes dans les régions qui les reçoivent

Les implantations touristiques de l'intérieur qui sont dues avant tout au tourisme de passage s'intègrent plus ou moins dans le paysage urbain. Mais par leur contenu et leurs activités et souvent leur architecture, elles tranchent avec leur environnement. Quant aux espaces touristiques de séjour, par leur aspect extérieur et leur activité, ce sont de **véritables milieux étrangers à la région qui les héberge**. Ils y sont étrangers aussi dans la mesure où cette région n'en tire pas grand profit, excepté pour employer quelques-uns de ses chômeurs à des tâches d'exécution et ce parfois temporairement. Cette conclusion est à nuancer dans la mesure où le tourisme peut dans certains cas - comme à Agadir - **jouer le rôle de pôle de développement**. Mais cet exemple peut être difficilement généralisé à tout le Maroc. Au Nord, la côte méditerranéenne non seulement ne tire rien du tourisme international, mais celui-ci en se tournant vers d'autres régions la plonge dans l'oubli après les premières années d'euphorie. Le rythme des constructions s'y est ralenti depuis 1969, pour s'arrêter presque définitivement ces dernières années. Durant l'été 1978, deux petits hôtels étaient en construction à Al Hoceima et la S.A.T. terminait lentement son programme à Cabo Negro.

Enfin, on peut souligner le fait que le tourisme et ses

projections spatiales doivent désormais être pris en compte comme tant d'autres paramètres dans les divisions régionales du pays. En effet, les découpages géographiques du Maroc en régions homogènes qui étaient basés avant tout sur les grandes unités de relief puis sur la diversité du monde rural sont déjà dépassés.

En 1974, le découpage a été remanié par l'introduction de la distribution du fait urbain (BEGUIN H., 1974). En 1975, le nord du Maroc a été découpé en «régions commerciales» (TROIN J.F., 1975). Avec la multiplication des «enclaves» touristiques, il convient de faire intervenir un nouveau facteur de polarisation pour certaines régions.

La façade méditerranéenne de la péninsule tingitane entre le Cap Mazari et Sebta ne se trouve ni dans la zone d'attraction de la ville de Tetouan ni intégrée dans un réseau de souks bien organisé. Elle est dans l'orbite de Casablanca pour son ravitaillement et dans celles de Paris ou Bruxelles où se trouvent les sièges de direction de ses villages de vacances. A la place de sous-régions homogènes, on a affaire à des régions désintégrées, écartelées et qui tournent le dos à leur environnement immédiat.

BIBLIOGRAPHIE

Abréviations utilisées

- | | |
|---------------|--|
| 1) A.G. | Annales de Géographie |
| 2) A.N.P.T. | Atlas National des Potentialités Touristiques |
| 3) S.A.G.F. | Bulletin de l'Association des Géographes Français |
| 4) B.E.S.M. | Bulletin Economique et Social du Maroc |
| 5) B.S.L.G. | Bulletin de la Société languedocienne de Géographie |
| 6) C.N.R.S. | Centre National de la Recherche Scientifique (Paris) |
| 7) C.T.-CHET. | Cahiers du Tourisme - Centre des Hautes Etudes Touristiques |
| 8) C.T.V. | Cahiers de Tourisme de Valenciennes |
| 9) R.T.S.S. | Revue de Tourisme de la Société de Tourisme de la Région de la Seine |
| 10) I.I.G.R. | Travaux de l'Institut de Géographie de Reims |
| 11) R.G.M. | Revue de Géographie de la Méditerranée |

BIBLIOGRAPHIE

LISTES DES TABLEAUX ET DES FIGURES

I Recueils statistiques

- Plan triennal 1965-1967
Div. de Coord. Econ. et du Plan, Rabat 1965
- Plan quinquennal 1968-1972
Div. de la Coord. Econ. et du Plan, Rabat 1968, vol. 1
- Plan de Développement Economique et social 1973-1977
Vol. 1, Dir. de la Plan. et du Dev. Rég., Rabat 1973
- Rapports d'activité du Ministère du Tourisme, semestriels ou annuels jusqu'en Avril 1978
- Evolution du tourisme marocain, Ministère du Tourisme
- Bilan prévisionnel d'exécution du plan quinquennal 1973-1977
- Note d'orientation pour la préparation du Plan 1978-1982, Avril 1977
- Boîtes touristiques 1978
- Analyse du trafic des aéroports marocains 1968 à 1978
Rapports annuels de la Direction de l'Air
- Guide des hôtels 1974
- Guide des hôtels 1977

BIBLIOGRAPHIE

Abréviations utilisées

- 1) A.G. Annales de Géographie
- 2) A.N.P.T. Atlas National des Potentialités Touristiques
- 3) B.A.G.F. Bulletin de l'Association des Géographes Français
- 4) B.E.S.M. Bulletin Economique et Social du Maroc
- 5) B.S.L.G. Bulletin de la Société Languedocienne de Géographie
- 6) C.N.R.S. Centre National de la Recherche Scientifique (Paris)
- 7) C.T.-CHET. Cahiers du Tourisme - Centre des Hautes Etudes Touristiques
- 8) C.TU. Cahiers de Tunisie
- 9) R.T.S.S. Revue Tunisienne de Sciences Sociales
- 10) T.I.G.R. Travaux de l'Institut de Géographie de Reims
- 11) R.G.M. Revue de Géographie du Maroc

I Recueils statistiques

- Plan triennal 1965-1967
Div. de Coord. Econ. et du Plan, Rabat 1965
- Plan quinquennal 1968-1972
Div. de la Coord. Econ. et du Plan, Rabat 1969, vol. 1
- Plan de Développement économique et social 1973-1977
Vol. 1, Dir. de la Plan. et du Dév. Rég., Rabat 1973
- Rapports d'activité du Ministère du Tourisme, semestriels ou annuels jusqu'en Avril 1978
- Evolution du tourisme marocain, Ministère du Tourisme
- Bilan prévisionnel d'exécution du plan quinquennal 1973-1977
- Note d'orientation pour la préparation du Plan 1978-1982, Avril 1977
- Nuitées touristiques 1978
- Analyse du trafic des aéroports marocains 1968 à 1978
Rapports annuels de la Direction de l'Air
- Guide des hôtels 1974
- Guide des hôtels 1977

- Barrier M. L'étude géographique du tourisme, problèmes de méthode et de représentation cartographique dans l'Est de la France
Publ. Fac. des Sciences Humaines de Caen, 1964
- Beguin H. L'organisation de l'espace au Maroc. Académie Royale des Sciences d'Outre-Mer, Bruxelles 1974
- Berriane M. Un type d'espace touristique marocain : le littoral méditerranéen. RGM n° 2, nouvelle série, 1978
- Bisson J. Transformation de la vie rurale et urbanisation des campagnes aux îles Baléares : l'exemple de Majorque, Colloque de Géographie de Madrid, 1971
- Bisson J. L'urbanisation des campagnes en méditerranée occidentale : le cas des Baléares mineures : Minorque et Ibiza. Travaux du Centre Géographique d'Etudes et de Recherches Rurales, N° 5, Poitiers, 1975
- Bisson J. La terre et l'homme aux îles Baléares, Edisud, Aix-en-Provence, 1977
- Burnet L. Pays sous-développés et tourisme, BAGF n° 377-378, 1970
- Bugnicourt J. Le tourisme en Afrique : moteur ou entrave pour le développement, ENDA, Dakar, ronéo.
- Cazes G. Entreprises touristiques et transport aérien international. Une politique géographique C.T.-C.H.E.T. Aix-en-Provence, 1971
- Cazes, Dumas Péré, Miossac Tourisme et sous-développement. Réflexions à propos des concepts et des méthodes BSLG, Montpellier, 1973
- Cazes G. Spécificités et enseignements du décollage touristique tunisien. Colloque sur "Tourisme et vie régionale dans les Pays méditerranéens", Taormina, 1975
- Cazes G. Le Tiers-Monde vu par les publicités touristiques : une image géographique mystifiante C.T.-C.H.E.T., Aix-en-Provence, 1976
- Chapoutot J. L'eau et le tourisme dans la région de Hammamet Nabeul, mémoire de maîtrise, Univ. Paris VII, 1975
- Chouhane H. Système d'aide de l'Etat aux investissements touristiques en Tunisie. Séminaire Tourisme, Développement et Environnement en Afrique, TENVA, Tunis, 1974
- Couvreux-Laraichi F. Précipitations dans quelques stations du littoral de la mer d'Alboran, RGM n° 21, 1972
- Cribier F. La grande migration d'été des citadins en France. Mémoires et documents, C.N.R.S., Paris, 1969
- Dauphiné A. Essai de bioclimatologie touristique : la côte d'Azur.
et Ghilardi N. Méditerranée, Tome 33, 1978
- Enzensberger H.M. Culture ou mise en condition ? Union générale d'édition, 1973 (n° 30) cité par Cazes G.
- Groupe Huit L'impact social et culturel du tourisme sur les populations des pays en voie de développement, une étude de cas : Sousse - Tunisie. Séminaire Unesco 1976
- I.T.A. Promotion du tourisme aérien au Maroc et viabilité d'une Compagnie Charter, ronéo (Institut du Transport Aérien)

- Isnard H. L'espace géographique coll. "Le Géographe" PUF, Paris, 1978
- Baitillier, Copans, Fieloux, Lallemand, Ormières
Le Tourisme en Afrique de l'Ouest, panacée ou nouvelle traite ?
Dossiers africains, François Maspero, Paris 1978
- Mandleur A. Croissance et urbanisation de Marrakech, RGM n° 22, 1972
- Mandleur A. Notice de la planche "villes impériales" A.N.P.T., inédit, Rabat
- Mariot P. Problems of the cartographic representation of tourism, Wiener Geographische Schriften 51/52, Wien 1978
- Miossec J.M. L'espace touristique et son insertion régionale en pays sous-développé, T.I.G.R. n° 13-14, 1973
- Miossec J.M. Le décollage du tourisme en Tunisie, C.T.-C.H.E.T., Aix-en-Provence, 1973
- Miossec J.M. Présentation d'une photographie aérienne d'espace touristique en pays sous-développé : Hammamet (Tunisie), BSLG Montpellier 1973
- Miossec J.M. L'espace touristique africain, essai méthodologique, C.T.-C.H.E.T., Aix-en-Provence, 1975
- Miossec J.M. Eléments pour une théorie de l'espace touristique C.T.-C.H.E.T., Aix-en-Provence, 1976
- Miossec J.M. L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme, A.G. n° 473, Paris 1977
- Mignon C. Agriculture et tourisme : l'exemple de la Costa del Sol occidentale, Colloque de géographie de Madrid, 1971
- Mzabi H. Croissance touristique et développement, un exemple du Sud Tunisien : Djerba, Séminaire Tourisme, Développement et Environnement en Afrique, TENVA Tunis, 1974, ronéo
- Péré M. Agadir, ville nouvelle. RGM n° 12, 1967
- Péré M. Quelques aspects du tourisme au Maroc à travers l'exemple d'Agadir, RGM n° 22, 1972
- Péré M. Le développement touristique de la côte méditerranéenne du Maroc, Actes du Colloque de Géographie du Tourisme : "Tourisme et vie régionale dans les pays méditerranéens" Taormina, 1975
- Raynouard Y. Les clubs de vacances. Encyclopedia Universalis, Universalis 79, Paris, 1979
- Reynand A. Eléments pour une épistémologie de la géographie du tourisme, TIGR n° 23-24
- Rocheffort M. Avant-propos de "Organisation de l'espace. Les activités tertiaires supérieures dans les pays d'économie dominée", revue Tiers-Monde, n° 61, 1975
- Sebbar H. Tourisme et développement, le cas du Maroc B.E.S.M. n° 127
- Sebbar H. Bilan d'une politique touristique, l'exemple du Maroc, DES de Sciences économiques, Univ. Mohammed V, Rabat, oct. 1972
- Sethom H. Agriculture et tourisme dans la région Nabeul-Hammamet. Coexistence féconde ou déséquilibre croissant ? C.TU n° 93-94, 1976

- Sethom N. Les investissements et l'emploi touristique dans la zone de Nabeul-Hammamet. R.T.S.S. n° 52, 1978
- Toumi M. Faut-il renoncer au tourisme ? Jeune Afrique, 21 juillet 1973
- Troin J.F. Aspects géographiques de l'expansion du tourisme au Maroc, R.G.M. n° 11, 1967
- Troin J.F. Le Nord-Est du Maroc : mise au point régionale RGM n° 12, 1967
- Troin J.F. Les souks marocains. Marchés ruraux et organisation de l'espace dans la moitié nord du Maroc, Edisud, Aix-en-Provence, 2 vol., 1975
- Weiller J. L'architecture des vacances in "L'Avenir des vacances" n° 137, 1971, cité par Raynouard Y.

2 - Participation de l'Office National Marocain du Tourisme. 1976	21
3 - Filiales et participations de la S.D.G. dans le domaine du Tourisme. 1976	21
4 - Evolution des entrées au Maroc, en Tunisie et en Espagne	26
5 - Part en pourcentage des nationalités européennes dans le total des entrées	30
6 - Répartition régionale des nuitées - en pourcentage - par nationalités en 1978	35
7 - Nombre de passagers du trafic aérien	38
8 - Part des vols non réguliers et des vols charters dans le total des entrées de touristes par voie aérienne	39
9 - Part en pourcentage des principales compagnies - par nationalité - dans le trafic charter en direction du Maroc	39
10 - Les deux grandes portes d'entrée du Maroc	40
11 - Estimation de la part des nuitées dues aux voyages organisés	50
12 - Part du Maroc et de la Tunisie dans les catalogues de 30 "Tour Operator" français et allemands pour la saison 1977-1978	51
13 - Part des circuits et des séjours dans les propositions des catalogues publicitaires	52
14 - Les principaux thèmes abordés par les photographies de l'échantillon de catalogues publicitaires étudiés (France)	58
15 - Les principaux thèmes abordés par les photographies de l'échantillon de catalogues publicitaires étudiés (Allemagne)	58
16 - Evolution de la structure d'hébergement de type hôtelier entre 1964 et 1977	63
17 - Evolution de la taille moyenne des établissements hôteliers entre 1964 et 1977 (en nombre de lits)	68
18 - Taille moyenne des établissements hôteliers par régions touristiques (en nombre de lits), 1977	68
19 - Evolution du nombre de lits et leur répartition géographique	70
20 - Structure de l'hébergement par grandes régions (en pourcentage) 1977	77
21 - La part en pourcentage des différents types de séjour, par mode d'hébergement (1972)	83

LISTE DES TABLEAUX

Tableaux	Pages
1 - Températures des eaux côtières de quelques stations pendant les mois d'été	8
2 - Participation de l'Office National Marocain du Tourisme. 1976	21
3 - Filiales et participations de la C.D.G. dans le domaine du Tourisme. 1976	21
4 - Evolution des entrées au Maroc, en Tunisie et en Espagne	26
5 - Part en pourcentage des nationalités européennes dans le total des entrées	30
6 - Répartition régionale des nuitées - en pourcentage - par nationalités en 1978	35
7 - Nombre de passagers du trafic aérien	38
8 - Part des vols non réguliers et des vols charters dans le total des entrées de touristes par voie aérienne	39
9 - Part en pourcentage des principales compagnies -par nationalité- dans le trafic charter en direction du Maroc	39
10 - Les deux grandes portes d'entrée du Maroc	40
11 - Estimation de la part des nuitées dues aux voyages organisés	50
12 - Part du Maroc et de la Tunisie dans les catalogues de 20 "Tour Operator" français et allemands pour la saison 1977-1978	51
13 - Part des circuits et des séjours dans les propositions des catalogues publicitaires	52
14 - Les principaux thèmes abordés par les photographies de l'échantillon de catalogues publicitaires étudiés (France)	54
15 - Les principaux thèmes abordés par les photographies de l'échantillon de catalogues publicitaires étudiés (Allemagne)	54
16 - Evolution de la structure d'hébergement de type hôtelier entre 1964 et 1977	63
17 - Evolution de la taille moyenne des établissements hôteliers entre 1964 et 1977 (en nombre de lits)	68
18 - Taille moyenne des établissements hôteliers par régions touristiques (en nombre de lits), 1977	68
19 - Evolution du nombre de lits et leur répartition géographique	70
20 - Structure de l'hébergement par grandes régions (en pourcentage) 1977	77
21 - La part en pourcentage des différents types de séjour, par mode d'hébergement (1972)	83

22 - Répartition mensuelle des nuitées par type de tourisme et moyenne nationale (en pourcentage) 1978	86
23 - Taux de fonction touristique (nombre de lits pour 100 habitants) et taux d'intensité touristique (nombre de nuitées pour 100 habitants) des principales villes étapes et villes de séjour. 1978	93
24 - Nombre d'emplois par lit d'après l'Etude des Conséquences du Tourisme sur l'Economie Nationale. 1972	94
25 - Evaluation du nombre des employés dans le secteur hôtelier d'après les coefficients du tableau 24	94
26 - Quelques uns des principaux produits à l'exportation (valeur en 1000 dh)	95
27 - Structure de la dépense moyenne par personne pour la "journée d'hier"	99
28 - Répartition des touristes de séjour en 1972	100
29 - Total des nuitées et estimation des nuitées du tourisme de séjour	101
30 - Répartition mensuelle des nuitées des principaux centres de séjour (en pourcentage)	102
31 - Principaux centres et régions touristiques du Maroc touchés par le tourisme international	106
32 - Origine des investissements dans l'hôtellerie à Agadir (pourcentage en lits). 1977	117
33 - Les différents types d'hébergement de la côte méditerranéenne (côte de Tetouan et Al Hoceima)-en nombre de lits - 1978	121
34 - Taille moyenne des établissements touristiques de la côte méditerranéenne. 1977	122
35 - Structure hôtelière à Agadir	130
36 - Taille moyenne des établissements touristiques d'Agadir (sans Inezgane)	130
37 - Total des demandes en hôtellerie parvenues à la SONABA jusqu'en juin 1978	137
38 - Les principales nationalités qui fréquentent la côte méditerranéenne (nuitées 1978)	140
39 - Les salariés des établissements touristiques	143
40 - Ravitaillement d'un établissement de type village de vacances	147
41 - Taux de fréquentation à Agadir par mode d'hébergement et par mois	149
42 - Les salariés des établissements touristiques enquêtés	152
43 - Ravitaillement mensuel d'un hôtel d'Agadir	154
44 - Dépenses de la "journée d'hier" par touriste dans la zone Sud (en Dh), 1972	156
21 - Répartition mensuelle des nuitées en 1978	
22 - Fréquentations mensuelles par nationalités	
23 - Répartition mensuelle des entrées de touristes par postes frontières	
24 - Répartition mensuelle des nuitées par région (1978)	
25 - Part des touristes dans le cadre d'un voyage organisé (1978)	

LISTE DES FIGURES

Figures	Pages
1 - Le tourisme en Méditerranée occidentale	4
2A - Fréquence des températures minima et maxima de Janvier	9
2B - Fréquence des températures minima et maxima de Juillet	10
3 - Distribution mensuelle de l'insolation continue (en jours)	11
4 - Distribution mensuelle de l'insolation nulle (en jours)	11
5 - Distribution mensuelle de la durée moyenne de l'insolation (en heures)	11
6 - Moyenne mensuelle des précipitations entre 6 h et 18 h (en jours)	13
7 - Moyenne mensuelle des brouillards	13
8 - Quelques facteurs climatiques du tourisme	16
9 - Entrées des touristes au Maroc et en Tunisie de 1962 à 1977	27
10 - Entrées des nationalités les plus représentées de 1962 à 1977	27
11 - Pourcentage des entrées et des nuitées des touristes étrangers ayant séjourné au Maroc en 1978	29
12 - Evolution de la part des différentes nationalités de 1968 à 1977	29
13 - Evolution de la part des nationalités et groupes de nationalités les plus représentés de 1962 à 1973	29
14 - Structure professionnelle des touristes étrangers (par mode d'hébergement)	34
15 - Structure par âge des touristes étrangers (par mode d'hébergement)	34
16 - Evolution de la part en pourcentage des trois voies d'accès de 1968 à 1977	36
17 - Voies d'accès par nationalités	37
18 - Les portes d'entrée (1977)	41
19 - Trafic charter par aéroport (1977)	42
20 - Evolution mensuelle de la part -en pourcentage- des différentes nationalités (moyenne sur 10 ans)	43
21 - Répartition mensuelle des nuitées en 1978	43
22 - Fréquentations mensuelles par nationalités	44
23 - Répartition mensuelle des entrées de touristes par postes frontière	46
24 - Répartition mensuelle des nuitées par région (1978)	47
25 - Part des touristes dans le cadre d'un voyage organisé (1972)	49

26 - Place du Maroc dans la publicité des T.O.	50
27 - Part des séjours et des circuits dans la programmation du Maroc dans les T.O.	52
28 - Part en pourcentage des sujets des photos publicitaires groupés en trois thèmes	53
29 - Evolution de la capacité hôtelière	62
30 - Evolution de la part de chaque catégorie	63
31 - Nombre de lits par catégorie	64
32 - Taille moyenne par catégorie	64
33 - Répartition de la capacité hôtelière classée. 1977	72
34 - Evolution de la capacité hôtelière par région - typologie des implantations (1964-1977)	76
35 - Tourisme de séjour et tourisme de circuit par mode d'hébergement	79
36 - Tourisme de séjour et tourisme de circuit. Situation en 1973	81
37 - Tourisme de circuit et tourisme de séjour. 1977	82
38 - Intensité de la circulation routière. 1977	84
39 - Les nuitées touristiques. 1978	87
39 bis - Répartition mensuelle des nuitées. 1978	88
40 - Nuitées par mode d'hébergement et par province. 1978	89
41 - Implantations touristiques et espace urbain à Marrakech	91
42 - Les implantations de "bazars" et de commerces pour touristes dans les deux principales artères de Fes el Bali	97
43 - Les itinéraires suivis par les trois principaux circuits de la médina de Fes	97
44 - Implantations touristiques à Tanger et dans sa baie	104
45 - Rappel de quelques données climatiques relatives aux espaces touristiques méditerranéens et Gadiri	112
46 - Structure	121
47 - Taille moyenne	121
48 - Hébergement et gestion sur la côte méditerranéenne	123
49 - Les implantations touristiques sur la côte Est de la péninsule tingitane	124
50 - Station de Restinga	125
51 - Implantations touristiques à Al Hoceima	126
52 - Implantation touristique dans le centre de Mdiq	127
53 - Station de Cabo Negro	128
54 - Implantations touristiques et espace urbain à Agadir	132
55 - Aménagement de la Baie d'Agadir : sites retenus	136
56 - Fréquentation des stations méditerranéennes	141
57 - Fréquentation mensuelle par type de gestion	142
58 - Les employés de l'hôtellerie par station et type de gestion	144

59 - Employés permanents et employés temporaires	144
60 - Fréquentation d'Agadir par mode d'hébergement	150
61 - Fréquentation d'Agadir par nationalité	150
62 - Origine des employés d'un échantillon d'hôtels d'Agadir	152
63 - Origine de l'approvisionnement de trois établissements	155
64 - Quelques données pour apprécier l'intégration du tourisme à la région	158